PROFIL

nr 5 (96) maj 2001
ISSN 1427-8995



CeBIT 2001
światowe targi
informatyki, telekomunikacji
i automatyzacji biur

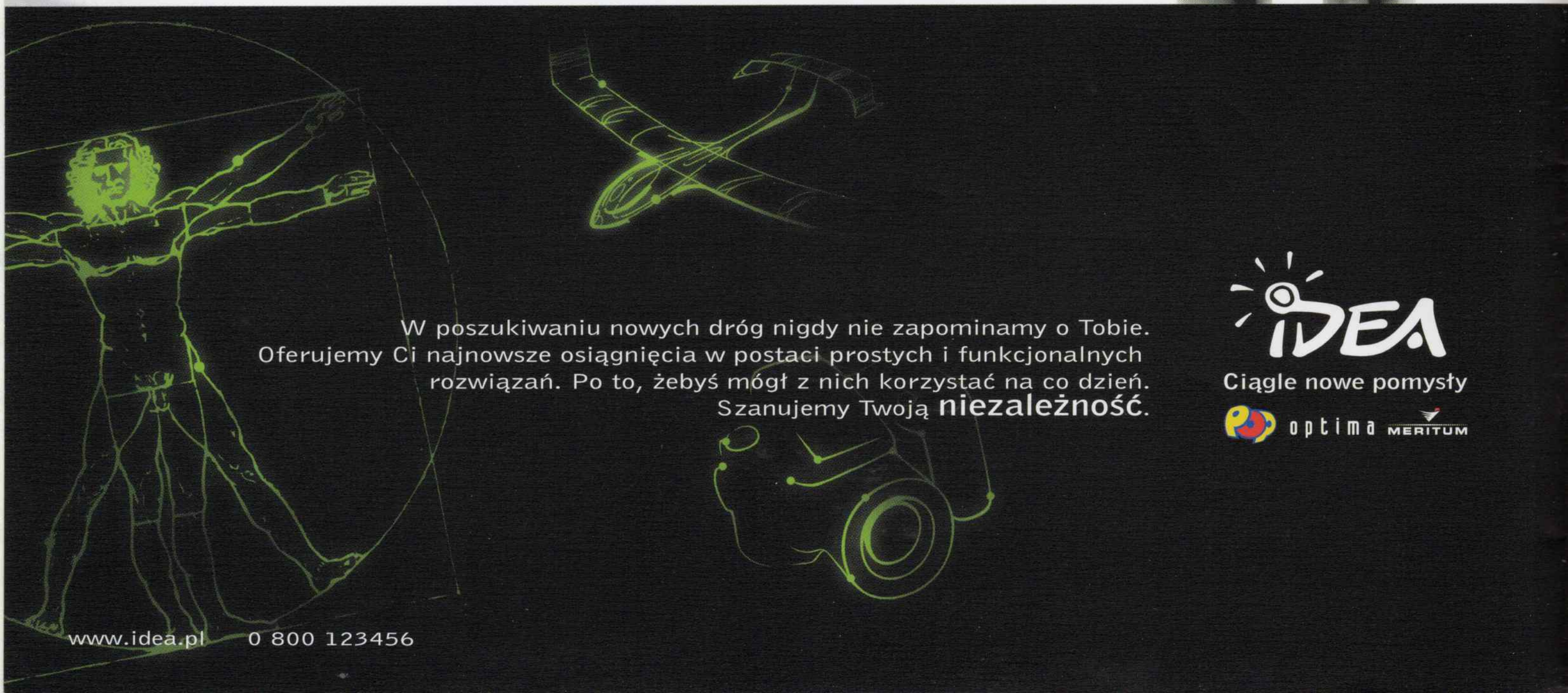
Reklama złapana w Sieć

Kobieta z profilu



Ciągle nowe pomysły


Idea
blisko życia


W poszukiwaniu nowych dróg nigdy nie zapominamy o Tobie.
Oferujemy Ci najnowsze osiągnięcia w postaci prostych i funkcjonalnych rozwiązań. Po to, żebyś mógł z nich korzystać na co dzień.
Szanujemy Twoją niezależność.
www.idea.pl 0 800 123456


IDEA
Ciągle nowe pomysły


optima
MERITUM

Szanowni Państwo,

W wiosennym numerze „Profil-u" zapraszamy uczestników programu Idea Profit do zabawy. Przygotowaliśmy dla Państwa „Złotą Aukcję", w której punkty programu, nie bez walki, można zamienić na złoty numer telefonu w sieci Idea. Ponadto kolejna wyjątkowa oferta – za punkty programu do Państwa domowej videoteki może trafić film „Patriota", w wersji VHS lub DVD. Opisujemy także bezgotówkowe formy płatności premiowane punktami programu.

W dziale „Mobile" przedstawiamy nowości zaprezentowane podczas kolejnej edycji Światowych Targów Informatyki, Telekomunikacji i Automatyzacji Biur – CeBIT 2001. Przypominamy także kilka usług dodanych, z których mogą korzystać Użytkownicy sieci Idea oraz opisujemy nowe, jak zawsze w rubryce „Co nowego".

Natura kobiet – ten wdzięczny temat zagościł w majowym „Profil-u". Artykuły „Tyle hałasu o nic" oraz „Tylko dla Pań" uchylają nieco rąbka tajemnicy. Nawet „W sieci" do buszowania po stronach www zapraszamy wyłącznie internautki. Ponadto w „E-marketing na rozdrożu" ukazujemy sytuację firm internetowych i opinie specjalistów na temat sieciowej reklamy.

W „Idei kulturalnej" przedstawiamy garść recenzji muzycznych, filmowych i wydawniczych oraz zapraszamy do udziału w tegorocznej edycji „Bibliomanii". A „Po godzinach" najlepiej spędzić czas w ogrodzie, przy którego projektowaniu inspirujący może okazać się artykuł „Wszystkiemu winna geometria".

Miłej lektury życzy
Redakcja

Wydawca: Polska Telefonia Komórkowa Centertel sp. z o.o.

Redakcja: Biuro Komunikacji Marketingowej PTK

Redaktor Naczelny: Iwona Zabielska

Redakcja: Agnieszka Guzek

Współpracownicy: Małgorzata Węgrzecka, Artur Stadnik

Korekta: Irena Szewczyk

Projekt okładki: Piotr Lichwierowicz

Reklama: tel. (0-22) 656 14 44 Iwona Syperek w. 1322 Paweł Bodzon w. 1323

Opracowanie graficzne: Jurek Wasiukiewicz

Adres Redakcji: ul. Skierniewicka 10a 01-230 Warszawa

tel. (0-22) 656 15 97, **faks** (0-22) 656 14 44 w. 1906

Druk: Prasowe Zakłady Graficzne, Bydgoszcz

Redakcja nie ponosi odpowiedzialności za treść zamieszczonych reklam.

Program Idea Profit
Oferty Partnerów

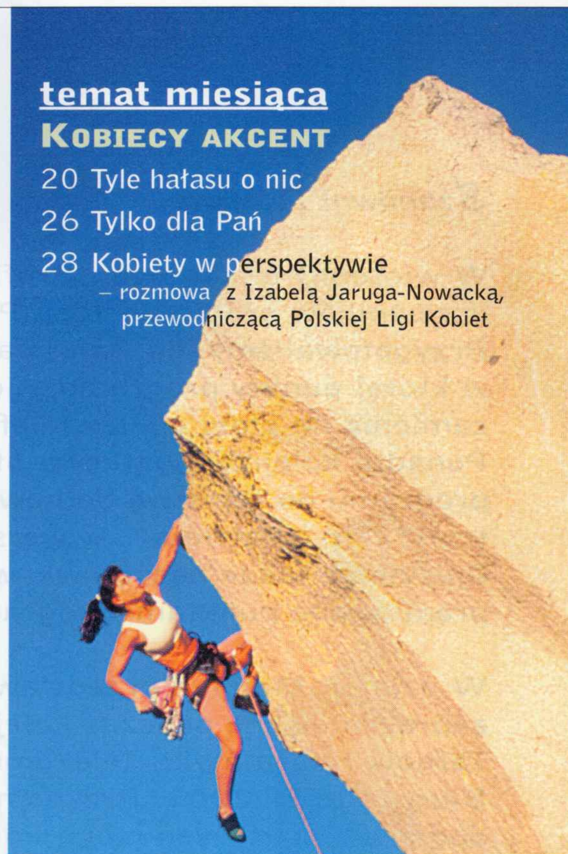
6 Bezgotówkowe formy płatności

7 Złota aukcja – wiosna 2001

8 „Patriota" za punkty

9 Turniej Profit – Centrum Rozrywki „Atomic"



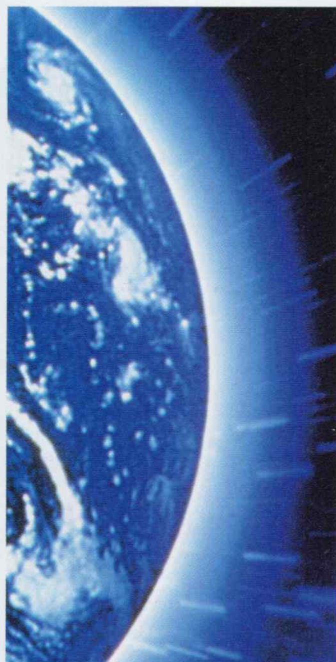


temat miesiąca
KOBIECY AKCENT

20 Tyle hałasu o nic

26 Tylko dla Pań

28 Kobiety w perspektywie
– rozmowa z Izabelą Jaruga-Nowacką, przewodniczącą Polskiej Ligi Kobiet



mobile

10 Informatyka jutra na CeBIT 2001

14 Usługi dodane w sieci Idea

17 Nowe roamingi

18 Co nowego?
– najnowsze usługi dla Użytkowników sieci Idea

w sieci

30 Cyfrowa biblioteka
– recenzje programów multimedialnych

31 W sieci damą być...
– strony internetowe dla pań

32 E-marketing na rozdrożu

MINI INFORMATOR

Informacja handlowa: 0-800 123456
– połączenie bezpłatne z dowolnego aparatu (w sieci Idea, NMT i stacjonarnej)

Biuro Obsługi Klienta: *22
– połączenie bezpłatne z tel. kom. (tylko na terenie Polski)
– dla użytkowników POP połączenie płatne wg cennika

501 100 100 – połączenie bezpłatne w sieci Idea
– dla użytkowników POP połączenie płatne wg cennika

(0)22 634 28 82 – numer stacjonarny, połączenie płatne

+48 22 634 28 82 lub **+48 501 100 100**
– numery dla Abonentów, przebywających za granicą

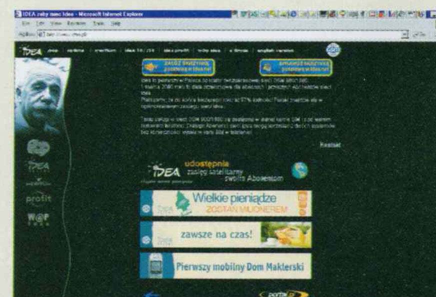
Biuro Obsługi Programu Idea Profit:
***300** – połączenie z telefonu w sieci Idea lub NMT

+48 501 400 300 – połączenie z dowolnego telefonu

Informacja o numerach Abonentów PTK Centertel i numerach kierunkowych
***123** – z telefonu komórkowego

501 200 123, 90 200 123 – połączenie z dowolnego telefonu

PTK Centertel w Internecie:
www.idea.pl
– strona domowa sieci Idea
- oferta Idea Optima, Meritum i POP,
- promocje, usługi dodane, taryfy, telefony, roaming
- interaktywna mapa zasięgu
- sklep internetowy (sprzedaż aktywacji, aparatów, usługi POP)
- bramka SMS
- informacje o firmie



www.centertel.pl
– strona poświęcona analogowej sieci Centertel NMT (odnośnik do strony www.idea.pl pozwala korzystać m.in. z mapy zasięgu)

idea kulturalna

34 Co nowego w kinach i na DVD

35 Nowości płytowe

36 Nowości wydawnicze
– zapraszamy do udziału w akcji „Bibliomania"

po godzinach

37 Od słowa do słowa
– felieton





38 Litwa. Podróż sentymentalno-zdrowotna

40 Wszystkiemu winna geometria
– ogród – swoboda natury i geometria przestrzeni

42 Ostre gotowanie
– kuchnia meksykańska

MINI INFORMATOR

Głosowo-faksowe serwisy informacyjne

Serwis informacji handlowej PTK Centertel o sieci Idea
501 234 234, 90 234 234
- telefony (*15)
- usługi dodane (*115)
- ceny i promocje (*120)
- roaming międzynarodowy (*125)
- usługa POP (*130)

Wirtualny Serwis Ekonomiczny PTK Centertel i firmy Prorexim
501 213 213, 90 213 213
(internet: **www.prorexim.com.pl**)
- kursy walutowe (*15)
- oprocentowanie depozytów bankowych (*110),
- oprocentowanie kredytów bankowych (*115)
- serwis giełdowy (*125)

Serwis internetowy: 501 70 70 70
Internet w sieciach NMT i Idea

Serwis informacyjny o SMS
501 277 277
- krótkie wiadomości SMS w sieci Idea (*110)
- wysyłanie SMS-ów (*120)
- odbieranie SMS-ów (*130)
- dlaczego warto czytać SMS-y (*140)
- serwisy informacyjne oparte o funkcje SMS (*150)
- pakiet serwisów PAP (*151)
- serwis „Kursy walut Pekao S.A." (*152)
- serwis „Lotto-SMS" (*153),
- wysyłanie SMS-ów do Internetu (*160)
- usługi Internet-SMS i Idea-Email (*170)
- opłaty (*180)

Horoskop Agnieszki
501 200 175, 90 200 175
Baran (*11)
Byk (*12),
Bliźnięta (*13)
Rak (*14)
Lew (*15)
Panna (*16)
Waga (*17),
Skorpion (*18)
Strzelec (*19)
Koziorożec (*110)
Wodnik (*111)
Ryby (*112)

Dostęp do Internetu
***888** lub **501 80 80 80**
w roamingu +48 501 80 80 80

CENTRUM IDEA



Warszawa, Pl. Konstytucji 6
tel. 628 84 52,
faks 628 84 54
e-mail: idea.centrum@centertel.pl

Salony sprzedaży



WARSZAWA
ul. Pańska 57/61, tel. 656 15 54, 0-501 101 101, 0-501 001 052, 0-90 200 768, faks 656 15 06;
Al. Niepodległości 24/30, tel. 854 15 54, 853 34 10, 0-501 000 501, 0-501 000 505, 0-90 209 102, 0-90 200 034, faks 853 34 10
ul. Okrzei 34, tel. 670 07 25, 670 16 50, 670 24 60, 670 23 88, 0-501 111 501, 0-501 000 502, 0-90 209 302, 0-90 272 999, faks 670 23 60

BYDGOSZCZ
ul. Gdańska 67, tel. 321 12 12, 321 24 33, 0-90 600 600, faks 321 29 67.

GDAŃSK
ul. Tkacka 9/10, tel. 301 00 21, 301 14 14, 301 63 14, faks 301 64 12, 301 51 13.

GDYNIA
ul. Świętojańska 87, tel. 620 22 22, 0-90 50 60 70, faks 620 21 21.

LUBLIN
ul. Chopina 11, tel. 534 55 30, 743 64 80, 743 63 72, 0-90 200 600, 0-501 200 600, faks tonowo 534 55 65.

ŁÓDŹ
ul. Piotrkowska 232, tel. 0-90 209 020, 639 96 95 i tonowo: 10 lub 11 – salon, 20 – handlowcy, 60 lub 61 – serwis, 64 – faks.

KATOWICE
ul. Graniczna 29, tel. 256 40 18, 256 40 34, 0-90 345 678, faks 256 15 49.

KRAKÓW
ul. Piłsudskiego 22, tel. 421 65 76, 0-90 330 000, faks 421 64 88;
ul. Starowiślna 62, tel. 422 29 59, 0-90 33 66 33, faks 422 26 83.

OLSZTYN
ul. Dąbrowszczaków 8/9, tel. 535 05 04, 0-90 500 500, faks 534 97 53.

POZNAŃ
ul. Wierzbięcice 9, tel. 835 88 88 i tonowo: 1 – faks, 0-90 654 321, faks 833 79 80.

RZESZÓW
ul. Kopernika 12, tel. 8 500 600, 0-501 333 222, 0-90 333 222, faks 8 500 620.

SOSNOWIEC
ul. 3-go Maja 30, tel. 292 50 44, 0-90 321 321, faks 292 50 33.

SZCZECIN
ul. Kaszubska 52, tel. 488 40 61-64 i tonowo: 103 – salon, 115 – serwis, 114 – przedstawiciele handlowi, tel. 0-90 66 55 44
ul. Bolesława Krzywoustego 65, tel. 433 04 49, 433 94 58, 433 94 86, 433 93 07 i tonowo: 101 – salon, 103 – sprzedawcy, 110 – faks, tel. 0-90 600 222.

TORUŃ
ul. Rynek Staromiejski 24, tel. 621 10 90, 621 10 91, faks 621 10 92.
Al. Niepodległości 24/30, tel. 853 34 10, 853 34 15, 0-501 000 501, 0-501 000 505, 0-90 209 102, 0-90 200 034, faks 853 34 20.

WROCŁAW
ul. Odrzańska 25, tel. 344 71 66 i tonowo: 101 – salon, 202 – serwis, 121 – przedstawiciele handlowi, 111 – faks, 0-90 332 211;
ul. Piłsudskiego 104, tel. 346 00 10 i tonowo: 101, 102, 103 – salon, 110 – faks, 0-90 33 22 33.



Bezgotówkowe formy płatności

premiujemy punktami Profit

Z myślą o Państwa wygodzie zachęcamy do korzystania z nowoczesnych i sprawdzonych bezgotówkowych form opłacania rachunków za usługi telekomunikacyjne. Oferujemy 3 sposoby płatności, które oprócz szybkości, wygody i bezpieczeństwa przyniosą Państwu wymierne, stałe korzyści w postaci dodatkowych punktów w programie Idea Profit.

Polecenie Zapłaty (Direct Debit)

„bezgotówkowo znaczy bezproblemowo"

- To nowoczesna bezgotówkowa forma dokonywania płatności. Dzięki Poleceniu Zapłaty obciążanie rachunku bankowego z tytułu wystawionej faktury za usługi telekomunikacyjne następuje automatycznie, zawsze w ostatnim dniu terminu płatności faktury. Zapewnia to możliwość terminowego regulowania płatności za fakturę oraz efektywnego gospodarowania środkami na swoim rachunku bankowym. Korzystanie z tej formy rozliczeń nie wiąże się z jakimikolwiek opłatami manipulacyjnymi doliczanymi do Państwa rachunków w sieci Idea. Wręcz przeciwnie. Każdy Abonent korzystający z tej formy rozliczeń **premiowany** będzie **punktami** w programie Idea Profit. **Pierwsza płatność** zrealizowana w drodze Polecenia Zapłaty to **550 punktów ekstra**, każda kolejna faktura opłacona w ten sposób to każdorazowo **50 punków więcej**.

- Aby skorzystać z usługi wystarczy skontaktować się z Biurem Obsługi Klienta pod **bezpłatnym numerem *22**. Po zgłoszeniu chęci skorzystania z usługi, otrzymacie Państwo wraz z kolejnym rachunkiem, szczegółowe materiały informacyjne o usłudze oraz częściowo wypełnione upoważnienia pozwalające nam świadczyć Państwu taką formę rozliczeń. Po otrzymaniu i wypełnieniu upoważnień, wystarczy odesłać je do naszej siedziby. Wszelkie formalności związane z udostępnieniem rozliczeń w Państwa banku, zostaną załatwione automatycznie, bez konieczności wizyty w banku.

Stałe zlecenie obciążenia karty płatniczej lub kredytowej

„wygodnie i rozsądnie"

- Bezgotówkowa forma rozliczeń dostępna jest dla wszystkich Posiadaczy tzw. wypukłych kart płatniczych w systemach: EuroCard/Master Card, PBK Styl Hermes, Visa, Polcard, Diners Club, JCB. Dzięki stałemu zleceniu obciążenia swojej karty płatniczej lub kredytowej automatyczne rozliczenie rachunków następuje przed upływem terminu płatności faktury. Dodatkowo usługa ta **premiowana** jest **punktami** w programie Idea Profit. **Pierwsza płatność** zrealizowana przez stałe zlecenie karty to **450 punktów ekstra**, każda kolejna faktura opłacona w ten sposób to każdorazowo **50 punków więcej**.

- Aby skorzystać z tej formy rozliczeń należy wypełnić druk upoważniający do obciążenia karty płatniczej, który można otrzymać kontaktując się z Biurem Obsługi Klienta pod **bezpłatnym numerem *22**. Druk dostępny jest także w punktach sprzedaży sieci Idea.

Usługa nie jest dostępna dla Posiadaczy kart: Maestro (Pekao SA), PolcardBIS/Tempo, Sezam, Student, Visa Electron

Czas trwania promocji od 1.05 do 30.06.2001 r.

R A C H U N E K J E S T P R O S T Y : T O S I Ę O P Ł A C A !

Telefony Programu: *300 (połączenie z tel. sieci Idea) lub +48 501 400 300, www.idea.pl

Uczestnicy promocji mają możliwość wymiany punktów Profit na złoty numer telefonu w sieci Idea

złota AUKCJA

wiosna 2001

Od **7** do **14 maja 2001 r.** **7 złotych dni**
dla Uczestników programu Idea Profit*

Codziennie jeden złoty numer!

1. **Aukcja trwa codziennie od 8.00 do 24.00.**
2. Aby dowiedzieć się, jaki numer licytowany jest w danym dniu wyślij **SMS** z komendą **AUKCJA** pod numer **7130**.
3. Aby wziąć udział w licytacji wyślij **SMS** z deklarowaną **liczbą punktów** pod numer **7130**.
4. Informacje o najwyższej, wygrywającej w danym momencie liczbie punktów uzyskasz wysyłając **SMS** z komendą **TOP** pod numer **7130**.
5. Minimalne przebicie – 10 punktów.
6. Maksymalne przebicie – 200 punktów.
7. Opłata za wysłanie każdego SMS-a pod numer 7130 wynosi 1 PLN netto.
8. Wartość wywoławcza każdego licytowanego numeru wynosi 500 punktów PROFIT.
9. Ostateczna wartość punktowa złotego numeru ustalana jest przez Uczestników w drodze licytacji.
10. Każdorazowo, po wysłaniu SMS-a, Uczestnik otrzymuje potwierdzenie przyjęcia deklarowanej liczby punktów.
11. Wymiany dotychczasowego numeru na złoty numer będzie można dokonać **bezpłatnie** w salonach firmowych PTK Centertel zgodnie z procedurą zmiany numeru telefonu.
12. Następnego dnia po zakończeniu aukcji (lub w poniedziałek, jeśli aukcja odbyła się w piątek, sobotę, niedzielę) ze zwycięzcą aukcji skontaktuje się pracownik PTK Centertel, w celu ustalenia, w którym salonie firmowym dokonana będzie bezpłatna zmiana numeru telefonu.
13. Szczegółowe zasady Złotej AUKCJI określa Regulamin dostępny w siedzibie PTK Centertel oraz na stronach www.idea.pl

502 100 300
502 100 400
502 100 500
502 100 600
502 100 700
502 100 800
502 100 900

*Promocja nie dotyczy Użytkowników POP i NMT.



program dla **rozmawiających** w sieci Idea

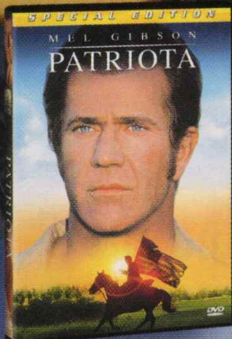
dajemy Ci więcej

IDEA
ciągle nowe pomysły

7.05 – 15.06. 2001 r.

„Patriota" za punkty!

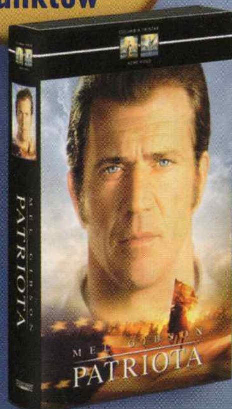
2200 punktów



- w wersji VHS
za **550 punktów** Idea Profit
- w wersji DVD
za **2200 punktów** Idea Profit

© 2000 Columbia Pictures Industries Inc. All rights reserved.

550 punktów



COLUMBIA TRISTAR



HOME ENTERTAINMENT

Ten film może być Twój!

Wystarczy wysłać **SMS** z komendą **DVD** lub **VHS** pod nr **400**.

Zależnie od stanu konta punktowego otrzymasz SMS z informacją o przyjęciu lub niemożności realizacji zamówienia.

Film zostanie dostarczony w ciągu 2 tygodni od daty przyjęcia zamówienia.*

Promocja trwa w dniach **7.05 – 15.06. 2001 r.** lub do wyczerpania zapasów.

Szczegółowe zasady Promocji określa Regulamin dostępny w siedzibie PTK Centertel oraz na stronach www.idea.pl

*PTK Centertel nie ponosi odpowiedzialności za opóźnienia Poczty Polskiej

Film „Patriota" na kasetach wideo i płytach DVD jest dostępny również w sprzedaży.

program profit idea

dajemy Ci więcej

Telefony Programu: *300 (połączenie z tel. sieci Idea) lub +48 501 400 300, www.idea.pl

IDEA
ciągle nowe pomysły

Idea
dodatkowej
zabawy



Zapraszamy na kręgle!

- To naprawdę znakomita zabawa!
- Bawią się w nią wszyscy, bez względu na wiek, kondycję fizyczną i umiejętności (w kręgle może grać każdy, nawet 4-letnie dziecko).
- To doskonały sposób na wspólne spędzenie wolnego czasu!

Kręgielnie oferują możliwość wykupienia **pojedyńczych gier** lub **określonej liczby godzin gry**. Pojedyńcza gra przeznaczona jest dla 1 osoby i obejmuje 10 kolejek po 2 rzuty. W przypadku wykupienia gry w stawce godzinowej, na torze może się znajdować nawet 7 osób, rywalizujących ze sobą przez 1 godzinę.

Kiedy zdecydujecie się na grę, ważny jest przede wszystkim wybór odpowiedniej kuli. Kula powinna mieć odpowiednią wagę, wielkość i rozstaw otworów na palce. Jeżeli po paru sekundach trzymania kuli uznacie, że jest ona zbyt lekka, należy wybrać cięższą. Pamiętajcie, że kulą się nie macha, to kula swą masą wprawia rękę w ruch wahadłowy. Ręka powinna poruszać się w płaszczyźnie prostopadłej do toru. Tyle trzeba wiedzieć na dobry początek. Teraz wszystko jest w Waszych rękach.

W każdy wtorek do 31 maja 2001 r. TURNIEJ PROFIT

Uczestnicy, którzy zdobędą w czasie gry w kręgle największą liczbę punktów, przechodzą do **Turnieju Wieczoru**. Dla **2 najlepszych graczy** mamy wspaniałe nagrody – **kurtki POP. Dodatkowo**, za okazaniem karty Idea Profit, każdy Uczestnik programu otrzyma przy zakupie jednej gry w kręgle **darmowy kupon na drugą grę!** Kupon ten można wykorzystać podczas kolejnej wizyty w Atomic w dowolnych godzinach od poniedziałku do czwartku przez cały dzień oraz od piątku do niedzieli do godziny 15.00. Turniej Profit trwa do 31 maja, w każdy wtorek w godzinach 18.00 – 22.00. Na pierwszych 20-stu Profitowców, którzy przyjdą do Atomic z kartą Idea Profit czekają nagrody: kupon na jedną grę oraz t-shirt Profit.

Tylko dla Uczestników programu Idea Profit 2 gry w kręgle gratis!

Przy zakupie jednej godziny lub pięciu gier w kręgle, po okazaniu karty Idea Profit, każdy Uczestnik programu otrzymuje kupon na dwie gry w kręgle gratis.

Kupon na gry gratis można zrealizować podczas kolejnej wizyty od poniedziałku do czwartku przez cały dzień oraz od piątku do niedzieli do godz. 15.00.

Oferta nie łączy się z innymi ofertami promocyjnymi. Szczegółowy regulamin oferty udostępnia Atomic Centrum Rozrywki.

Atomic zaprasza:

Warszawa — Galeria Mokotów, ul. Wołoska 12, tel. (22) 543 94 10
Promenada, ul. Ostrobramska 75c, tel. (22) 514 08 10

Kraków — Zakopianka, ul. Zakopiańska 62, tel. (12) 290 86 10

Wrocław — Korona, ul. B.Krzywoustego 125, tel. (71) 354 83 10

Zadzwoń i zarezerwuj tor!

Życzymy samych celnych rzutów!

program
profit
idea

dajemy Ci więcej

Telefony Programu: *300 (połączenie z tel. sieci Idea) lub +48 501 400 300, www.idea.pl

IDEA
ciągle nowe pomysły

Informatyka jutra na CeBIT 2001

Daniel Opolski

Kolejna edycja Światowych Targów Informatyki, Telekomunikacji i Automatyzacji Biur – CeBIT 2001 już za nami. Ta najważniejsza impreza targowa dla firm z branży teleinformatycznej odbyła się w dniach 22-28 marca i, jak zawsze, stała się areną wielu interesujących premier.

Początki CeBIT'u sięgają końca lat 50. ubiegłego stulecia, kiedy to grupa przemysłowców spotkała się na targach w Hanowerze przy stoiskach przemysłu biurowego. Reprezentowali branże, z których wywodzi się dzisiejsza telekomunikacja i informatyka. Na początku lat 70. targi stwarzały okazję do obejrzenia pierwszych małych komputerów, oferowanych wtedy jako pomocnicze urządzenia biurowe, o śmiesznej dziś pojemności twardego dysku rzędu 40-50 kb.

Ponieważ rozwój technologiczny postępował szybko, a wraz z nim rosło zainteresowanie nowymi urządzeniami i rozwiązaniami dla przetwarzania danych, już w 1970 r. kierownictwo imprezy zadecydowało o wyodrębnieniu przemysłu informatycznego jako samodzielnego podmiotu corocznych Targów Przemysłowych. Odrębnej wystawie „Centrum Technologii Biurowej i Informatycznej" (Centrum für Büro und Informationstechnologie") nadano nazwę CeBIT, w której słowo BIT nawiązywało do najmniejszej jednostki miary informacji. Ponad sześciuset wystawców spotkało się w specjalnie wybudowanej hali numer 1. Budynek ten, ze względu na swoje ogromne rozmiary, trafił w 1984 r. do Księgi Rekordów Guinessa, jako największa na świecie parterowa hala targowa. Szybko jednak i ten obiekt okazał się za mały. Wszystko to za sprawą coraz większego udziału elektroniki w życiu codziennym, a w konsekwencji wzrostu zainteresowania nowymi technologiami wśród społeczeństwa. W połowie lat 80., organizator Targów postanowił, że branża przetwarzania danych i komunikacji biurowej powinna prezentować swoje osiągnięcia na osobnych targach. I tak, 12 marca 1986 r., ponad 2100 wystawców zaprezentowało swoje produkty na powierzchni 200 000 m^2.

Tankowanie danych

W tegorocznej ekspozycji uderzała ogromna różnorodność działów tematycznych – informatyka, sieci komputerowe, telekomunikacja, planowanie i produkcja, automatyczne gromadzenie danych, oprogramowanie, doradztwo, automatyzacja biur, badania i transfer technologii, systemy informatyczne w bankach i instytucjach obrotu pieniężnego itd.

Targi CeBIT 2001, jak przystało na imprezę w XXI w., przypominały o nowoczesnej technologii na każdym kroku i to nie tylko na stoiskach. Posiadacze telefonów komórkowych z WAP'em mogli bowiem zapoznawać się z lokalnymi informacjami dzięki przenośnemu Internetowi. W ten sposób uzyskiwali dostęp do aktualnych wiadomości, rozkładu jazdy, informacji dotyczących usług gastronomicznych czy wydarzeń mających miejsce w Hanowerze. Najciekawsze, że użytkownik każdorazowo mógł dopasować serwisy do swojego miejsca pobytu. Dzięki temu na wyświetlaczu telefonu pojawiały się adresy pobliskich restauracji, pomocy lekarskiej oraz dokładny opis drogi do wybranego miejsca. Była to pierwsza tak spektakularna demonstracja usług nowej generacji w Europie.

Wirtualny przewodnik wspomagał też innych gości targowych. Osoby dysponujące palmtopami Palm Pilot, Pocket PC lub Psion mogły ściągnąć darmowy plan targów CeBIT 2001. Program, dysponujący sporą bazą danych, wyszukiwał konkretnych dostawców na targach i pokazywał lokalizację stoiska na planie.

Dane można było uaktualniać na bieżąco, ponieważ organizator udostępnił użytkownikom cztery punkty nazwane „datentankstelle", czyli dosłownie „stacjami tankowania danych".

I jeszcze coś z wyprawy w przyszłość – posiadacze interfejsów Bluetooth, aby zaktualizować dane, musieli jedynie podejść w pobliże „stacji tankowania". W oparciu o Bluetooth uruchomiono również uproszczony system nawigacji po targach. Użytkownik będąc w pobliżu stacji otrzymywał informację, w jakim kierunku ma się udać, aby dotrzeć do wybranego pawilonu.



BE&W

Targi CeBIT 2001 były rekordowe pod wieloma względami. Gwałtowny rozwój branży informatycznej i telekomunikacyjnej, a przy tym ich coraz bliższe związki, sprawiają, że w tym roku przybyło do Hanoweru ponad 8100 wystawców, to znaczy o około 200 więcej niż w roku ubiegłym. Reprezentowali 60 krajów, i z trudem zmieścili się na 42 hektarach powierzchni wystawienniczej, w 26 wielkich pawilonach. Od czasu pierwszej samodzielnej ekspozycji liczba wystawców wzrosła czterokrotnie. Przemieszczanie się po terenie targów ułatwiały cztery linie autobusowe oraz linie mikrobusowe dla prasy i VIP-ów.

W tegorocznej edycji targów uczestniczyło ponad 700 000 osób, z czego zdecydowaną większość stanowili fachowcy i ludzie związani z branżą.

Będzie szybciej i taniej

Tegoroczny CeBIT w części telekomunikacyjnej zdominowały nowe technologie szybkiego przesyłania danych, również za pomocą telefonu komórkowego. Telefony komórkowe pojawiły się zatem niemal na każdym stoisku wiodących producentów.

Od dawna telefon komórkowy umożliwiał dostęp do Internetu, pod warunkiem połączenia go z komputerem, i to zwykle przenośnym. Było to jednak rozwiązanie niewygodne i drogie (głównie z powodu konieczności zakupu niezbędnych akcesoriów dodatkowych). Pomimo wprowadzenia Internetu do komórek (WAP) szybkość przesyłu danych w telefonie jest nadal niewystarczająca. Stan-

dardowa prędkość maksymalna transmisji danych w telefonie wynosi 9,6 kb/s, czyli dużo mniej niż w prostych domowych modemach. Nowa technologia przesyłu danych opracowana na bazie GSM nosi nazwę pakietowej transmisji danych – GPRS. Dla przypomnienia – umożliwia ona wielokrotnie szybsze niż dotychczas przesyłanie danych (do 115,2 kb/s), a co za tym idzie wprowadzenie zupełnie nowych usług w sieciach komórkowych. GPRS jest oficjalnie reklamowany jako wstęp do telefonii trzeciej generacji. Główna jego zaleta – szybkość – zapewni łatwy dostęp do różnego rodzaju zasobów sieciowych. Użytkownik zapłaci przy tym wyłącznie za ilość wysyłanych i odbieranych danych, a nie za czas zajmowania łącza. Pomijając stronę techniczną rozwiązania, ma ono także obniżyć koszt eksploatacji sieci ponoszony przez użytkownika.

Na targach CeBIT niemal każdy producent pokazał co najmniej jeden aparat obsługujący GPRS. Najszybszy z zaprezentowanych telefonów komórkowych – Samsung SGH-Q100 – wykorzystuje łączną (całkowitą) szerokość pasma i zapewnia, dzięki obsłudze czterech kanałów odbiorczych, maksymalną obecnie prędkość transmisji danych tzn. 56 kb/s.


BE&W

Zalety „Niebieskiego Zęba"

Drugim rozwiązaniem, które zaakcentowało swoją obecność na targach równie mocno co GPRS, był Bluetooth. Ten nowy standard telekomunikacyjny jest bardzo praktyczną metodą bezprzewodowej transmisji danych. Dzięki niemu takie urządzenia jak telefon komórkowy, laptop, drukarka, itp. mogą łączyć się z siecią oraz między sobą i wymieniać dane. Bluetooth nawiązuje do możliwości portu na podczerwień, ale w porównaniu z nim ma niezaprzeczalne zalety. Komunikacja przez port na podczerwień bywa uciążliwa, gdyż wymaga takiego ustawienia urządzeń, by „widziały" siebie z bliska. Przesyłanie danych jest również kłopotliwe ze względu na podatność na zakłócenia.

Bluetooth jest wolny od takich wad, ponieważ opiera się na transmisji sygnału radiowego. Na korzyść wynalazku przemawia także fakt, iż w prace nad jego powstaniem i rozwojem od początku zaangażowali się tacy giganci jak Ericsson, Nokia, Toshiba, Intel i IBM, a jako standard został już przyjęty przez ponad 1600 firm z branży komputerowej i telekomunikacyjnej. Zalety Bluetootha to także możliwość komunikowania się ze sobą równocześnie więcej niż dwóch urządzeń, które na dodatek nie muszą być w tym samym pomieszczeniu. System działa na razie w promieniu 10 metrów.

Na tegorocznych targach zaprezentowano między innymi prototypy laptopów wyposażonych w standard Bluetooth (Sony) oraz przystawkę, która umożliwia dostępnym w sprzedaży komputerom PC i laptopom korzystanie z Bluetooth (Siemens).

Bluetooth był także obecny na stoiskach producentów telefonów komórkowych. Nokia pokazała prototyp modelu 6310, Ericsson – modele T39 i R520, a Motorola – model Timeport 280, który będzie działać w technologii Bluetooth z przystawką w postaci klapki zamykającej baterie.

Internet prosto z gniazdka

Na targach nie zabrakło ciekawostek, takich jak na przykład bateria i ładowarka, które energię potrzebną do naładowania telefonu pobierają prosto z powietrza (producent: firma Electric Fuel). Ładowarka pobiera energię ze specjalnych modułów, których zasada działania jest dość niewiarygodna. Po zerwaniu ochronnej warstwy, wewnątrz modułu zachodzi reakcja chemiczna między pewnym związkiem cynku a powietrzem. W wyniku tego wytwarzana jest energia pozwalająca naładować baterię telefonu komórkowego lub przenośnego komputera. Podobnie działa bateria tej samej firmy, którą również po zerwaniu warstwy ochronnej można bezpośrednio podłączyć do telefonu.

Zaprezentowano także sporo nowych rozwiązań mających udostępniać Internet w samochodzie. Odbiorcami będą na pewno producenci ekskluzywnych aut BMW i Mercedes, oraz prawdopodobnie Porsche. Przewiduje się, że na początku zostanie stworzony zintegrowany system obsługujący pocztę elektroniczną, Internet, faks i telefon. Ponieważ obsługa funkcji nie może odwracać uwagi kierowcy od prowadzenia pojazdu, urządzenia będą prawdopodobnie stero-



wane głosem. Pierwsze auta z gotowym systemem wyjadą na ulice najwcześniej pod koniec tego roku.

Na tegorocznej wystawie szwajcarski producent technologii telekomunikacyjnych, Ascom, ogłosił, że wprowadza w Niemczech komercyjną ofertę szerokopasmowego dostępu do Internetu przez linie elektryczne, czyli po prostu z gniazdka.

Japończycy u bram

Bardzo efektownie zaprezentował się na targach japoński gigant telefonii komórkowej NTT DoCoMo Inc. Firma ma zamiar opanować europejski rynek usług internetowych dostępnych poprzez telefon komórkowy. Wydaje się to wiarygodnie jeśli wziąć pod uwagę, że w Japonii firma zdobyła w ciągu 2 lat ponad... 19 mln abonentów i-mode. Aby korzystać z usługi i-mode potrzebne są: odpowiedni telefon (najczęściej już z kolorowym wyświetlaczem), specjalna odmiana języka HTML, służącego do tworzenia stron internetowych oraz protokół bezprzewodowej transmisji danych. Możliwości technologiczne i-mode skłoniły innego japońskiego operatora do wprowadzenia od czerwca tego roku technologii dostarczania trójwymiarowych grafik komputerowych (3D) na wyświetlacze telefonów komórkowych. Zastosowania nowej technologii to choćby efektowne gry elektroniczne oraz lepsza prezentacja produktów w celu wsparcia handlu elektronicznego. W porównaniu z i-mode WAP przypomina ubogiego krewnego japońskiej wersji Internetu w komórce. DoCoMo zapowiada wprowadzenie i-mode w Holandii, Niemczech i Belgii jeszcze w tym roku.

Testowanie odbiorcy

Targi CeBIT 2001 były, jak zresztą co roku, wyjątkowe. Pobito kolejne rekordy frekwencji i liczby wystawców. Ich znaczenie polega jednak nie tylko na stworzeniu forum do prezentacji osiągnięć producentów, ale także na wyznaczaniu kierunku dalszego rozwoju branży. W Hanowerze spotykają się przecież najwybitniejsi konstruktorzy, wizjonerzy i programiści.

Komentatorów zdziwił nieco fakt, iż UMTS, czyli systemy trzeciej generacji, nie stały się w tym roku tematem przewodnim targów, choć zaznaczyły swą obecność na niemal każdym stoisku łączności bezprzewodowej.

Oferta wystawców telekomunikacyjnych na targach CeBIT jest niemal wyłącznie skierowana do użytkowników końcowych, czyli również do klientów operatorów telefonii komórkowej. Ma to ogromny wpływ na charakter prezentacji – targi pulsują życiem, a każdy wystawca stara się przyciągnąć uwagę zwiedzających pokazami, konkursami, zawodami czy upominkami. Uwaga poświęcona zwiedzającym solennie się opłaca. Producenci mogą dzięki temu przekonać się na własne oczy, jak odbiorcy reagują na ich usługi i produkty. ■

Wybrane zapowiedzi nowych telefonów komórkowych zaprezentowane na targach CeBIT 2001

NOKIA

3330 – model zbliżony wyglądem do 3310, dodano między innymi przeglądarkę WAP i grę z możliwością ściągnięcia uzupełniających poziomów z odpowiedniej strony internetowej.

6310 – następca 6210, wzbogacony o nowatorskie funkcje, w tym interfejs Bluetooth i transmisje danych GPRS. Do tego głosowe wybieranie nie tylko numerów, ale i funkcji menu.

8310 – kontynuuje serię 8210, obsługuje GPRS i ma wbudowane radio.

MOTOROLA

Timeport 280 – zupełnie nowy telefon w serii Timeport, jak zawsze w tej rodzinie trzyzakresowy (GSM 900/1800/1900), obsługuje GPRS.

Accompli 009 – telefon z funkcjami kieszonkowego kompuera.

SIEMENS

SX45 – zwany inaczej „Multi Mobile". Jedno urządzenie zawierające w sobie telefon komórkowy GSM z GPRS, system operacyjny Microsoft CE 3.0 oraz kolorowy wyświetlacz (65 tys. kolorów). Model ten opracował Siemens wspólnie z firmą Casio.

ERICSSON

T29 – kontynuacja modelu T28 wzbogacona o WAP, cztery gry i funkcję chat.

T39 – pierwszy trzyzakresowy telefon w ofercie tej firmy (GSM900/1800/1900), obsługuje także GPRS.

R520 – wyposażony w GPRS, i interfejs Bluetooth. Stylistycznie jest kontynuatorem modelu R320.

Zaprezentowano także „**Communicam**", czyli aparat fotograficzny w postaci przystawki do telefonu. Robione nim zdjęcia można przesyłać przy pomocy telefonu komórkowego na adres poczty elektronicznej lub zapamiętywać w specjalnym albumie na serwerze. Co ciekawe, urządzenie pasuje do większości także starszych modeli telefonów komórkowych firmy Ericsson.

PANASONIC

GD95 – pierwszy model tej firmy z GPRS. Wyróżnia się spośród innych telefonów ogromnym wyświetlaczem.

SAGEM

wspólny produkt Sagema z Microsoftem (**system Pocket PC**) – połączenie telefonu z palmtopem.

SONY

CMD-MZ5 – model z wbudowanym konwerterem ATRAC 3, takim samym jaki firma Sony używa do zapisu dźwięku, np. na minidyskach. Do telefonu jest dołączony kabel optyczny i tzw. Memory Stick o pojemności 64 MB. Aparat ma również przeglądarkę WAP.

Usługi dodane kojarzą się zazwyczaj z pocztą głosową oraz krótkimi wiadomościami tekstowymi SMS. Jednak termin usługi dodane kryje wiele ciekawych opcji, dzięki którym w krótkim czasie można zdobyć potrzebną informację.

Usługi dodane w sieci Idea

PAWEŁ WACŁAWSKI

Krótkie wiadomości tekstowe SMS

Usługa SMS najczęściej rozumiana jest jako możliwość przesyłania tekstu (do 160 znaków) pomiędzy telefonami komórkowymi. Jednak w oparciu o SMS-y działa wiele innych usług dodanych. Dzięki nim,użytkownicy telefonów komórkowych otrzymują informację o nowym nagraniu na poczcie głosowej czy nowym e-mail'u, który dotarł na skrzynkę w Idea.net. Za pośrednictwem SMS-ów można otrzymać szereg różnego rodzaju informacji: od pogody poprzez wiadomości bieżące, aż po program telewizyjny. W sieci Idea można złożyć zamówienie na takie informacje w formie abonamentowej – Telepress. Wówczas Abonent regularnie, o ustalonych stałych porach dnia, będzie otrzymywać wiadomość SMS o wybranej treści. Użytkownicy telefonów POP oraz osoby, które nie zamierzają korzystać z formy Telepress, mogą uzyskać potrzebne informacje wysyłając SMS z odpowiednią komendą pod numer 103 (interaktywne serwisy informacyjne SMS).

SMS-y cieszą się dużym zainteresowaniem. Istnieje możliwość wykupienia usługi Pakiet SMS (oferowana w trzech opcjach: Pakiet SMS 100, Pakiet SMS 250, Pakiet SMS 500), która obniża koszty korzystania z SMS-ów.

SMS-y specjalne

SMS-y specjalne, jedna z nowych funkcji SMS-ów w sieci Idea, pozwalają użytkownikom korzystać z kolejnych usług dodanych. Są one wykorzystywane przy usłudze Pocztówkowa Idea, usłudze dostępnej w Polsce tylko w naszej sieci. Dzięki niej użytkownicy Idei mogą wysłać kartkę pocztową do wskazanej w SMS-ie osoby. Ponadto, w oparciu o SMS-y specjalne odbywają się aukcje w Programie Profit, a ostatnio uruchomiono także kilka usług związanych z popularnymi programami telewizyjnymi: Big Brother oraz Dwa Światy.

TELEPRESS (NUMER 777)

Nazwa serwisu	Przybliżony czas dostarczenia info	Komenda aktywacji usługi
Pakiet INFORMACJE SMS		INFORMACJE
Wydarzenie dnia	9:00	
Wydarzenie dnia	16:00	
Sport	15:30	
Kalendarium	7:45, sob-niedz 10:00	
Pakiet IMIENINY SMS		IMIENINY
Imieniny	7:45, sob-niedz 10:00	
Pakiet POGODA SMS		POGODA
Dzisiejsza pogoda	7:45, sob-niedz 9:00	
Jutrzejsza pogoda	15:00	
Pakiet INFORMACJE dla kierowców SMS		DROGA
Info o ruchu drogowym	8:00	
Kolejki na przejściach granicznych	7:00	
Pakiet PROGRAM TV i ciekawostki		CIEKAWOSTKI
Ciekawostki	11:30	
Ciekawe programy TV	14:00	
Cytat dnia	14:00	
Pakiet GIEŁDA SMS		GIELDA
Giełda – tendencje	11:00	
Statystyka giełdowa	12:00	
Wskaźniki bankowe	16:00	
Średni kurs NBP (część 1)	15:00	
Średni kurs NBP (część 2)	15:00	
Pakiet PEKAO SA SMS	na bieżąco, po każdej zmianie kursu	WALUTY
DUŻY LOTEK SMS	po losowaniu	DL
MULTI LOTEK SMS	po losowaniu	ML
TWÓJ SZCZĘŚLIWY NUMEREK SMS	po losowaniu	NR
ZAKŁADY SPECJALNE SMS	po losowaniu	ZS
Pakiet LOTTO SMS (Duży Lotek, Multi Lotek, Twój Szczęśliwy Numerek, Zakłady Specjalne)	po losowaniu	PAKIET

USŁUGI OPARTE O SMS SPECJALNY (STAN NA 10.03.2001 R.)

numer usługi	nazwa usługi	opis funkcjonalności	cena netto/SMS
7300	Pocztówkowa Idea	Zamawianie wysyłki kartek pocztowych pod wskazany adres.	3,00 zł
7130	Aukcja Profit	Okresowo organizowane aukcje dla uczestników programu Profit	1,00 zł
7222	Big Brother	Głosowania i konkursy związane z programem Big Brother	2,00 zł
7922	Big Brother News	Aktywacja Big Brother News (komenda aktywacji – BB)	9,00 zł
7022	Big Brother News	Deaktywacja usługi Big Brother News	0,50 zł
7522	Pocztówki od Wielkiego Brata	Możliwość zamówienia wysyłki kartki pocztowej pod wskazany adres związanej z programem Big Brother	5,00 zł
7933	Dwa Światy wieści	Aktywacja Dwa Światy wieści (komenda aktywacji– DS)	9,00 zł
7033	Dwa Światy wieści	Deaktywacja usługi Dwa Światy wieści	0,50 zł
7233	Dwa Światy	Głosowania związane z programem Dwa Światy	2,00 zł

INTERAKTYWNE SERWISY INFORMACYJNE SMS (numer 103)

KOMENDY DO SERWISÓW INFORMACYJNYCH

INFOddmmgg	Wydarzenia dnia z kraju i ze świata aktualizowane co godzinę
POGDZIS	Dzisiejsza pogoda
POGJUTRO	Jutrzejsza pogoda
CIEKAWOSTKIddmm	Co ciekawego wydarzyło się w kraju i na świecie
CYTATddmm	Cytat dnia
IMIENINY ddmm	Imiona osób, które w danym dniu obchodzą imieniny
Imię	Daty imienin dla podanego imienia

KOMENDY DO SERWISÓW TELEWIZYJNYCH

TVddmm	Wybrane, polecane i najciekawsze programy telewizyjne na podaną datę
TVP1ddmmgg	
TVP2ddmmgg	
POLSATddmmgg	
POLSAT2ddmmgg	
POLONIAddmmgg	

KOMENDY DO SERWISÓW DROGOWYCH

GRANICA	Kolejki na przejściach granicznych
NR1	Warunki na drodze Gdańsk-Cieszyn
NR2	Warunki na drodze Słubice-Brześć
NR3	Warunki na drodze Świnoujście-Jakuszyce
NR4	Warunki na drodze Zgorzelec-Medyka
NR5	Warunki na drodze Gdańsk-Wrocław
NR6	Warunki na drodze Gdańsk-Kołbaskowo
NR7	Warunki na drodze Gdańsk-Chyżne
NR8	Warunki na drodze Warszawa-Kudowa
NR9	Warunki na drodze Warszawa-Barwinek
NR10	Warunki na drodze Szczecin-Warszawa
NR11	Warunki na drodze Kołobrzeg-Poznań
NR16	Warunki na drodze Grudziądz-Augustów
NR17	Warunki na drodze Warszawa-Hrebenne
NR18	Warunki na drodze Warszawa-Kuźnica
NR19	Warunki na drodze Szypliszki-Rzeszów
NR22	Warunki na drodze Starogard-Kostrzyń
NR51	Warunki na drodze Olsztyn-Bezledy
NR95	Warunki na drodze Kraków-Zakopane

KOMENDY DO SERWISÓW SPORTOWYCH

SPORTddmm	Najciekawsze wydarzenia sportowe dnia. Bez parametru ddmm przesyła aktualną wiadomość
GOLddmm	Wyniki spotkań ligi piłki nożnej i informacje związane z piłką nożną
HOKEJddmm	Informacje na temat ligi hokejowej
KOSZddmm	Informacje na temat ligi koszykówki

KOMENDY DO SERWISÓW GIEŁDOWYCH

GIELDOWEddmm	Statystyka giełdowa: WIG, WIG20, WIRR, NIF, OBROTY
TENDENCJEddmm	Giełda – tendencje
BANKOWEddmm	Wskaźniki bankowe WIBOR, WIBID

KOMENDY DO PRACY

POMOC 1	Lista dostępnych komend lub komenda POMOC z parametrem (np. POMOCINFO), opis wybranej komendy

ŚREDNIE KURSY WALUT NBP (DLA WYBRANYCH WALUT)

AUDddmm	dolar australijski
BEFddmm	frank belgijski
FIMddmm	marka fińska
SEKddmm	korona szwedzka
ESPddmm	peseta hiszpańska
IEPddmm	funt irlandzki
USDddmm	dolar amerykański
ITLddmm	lir włoski
GBPddmm	funt brytyjski
PTEddmm	escudo potrugalskie
CADddmm	dolar kanadyjski
EURddmm	euro
ATSddmm	szyling austriacki
DKKddmm	korona duńska
CHFddmm	frank szwajcarski
XDRddmm	SDR
NLGddmm	gulden holenderski
JPYddmm	jen japoński
FRFddmm	frank francuski
CZKddmm	korona czeska
NOKddmm	korona norweska
DEMddmm	marka niemiecka
LUFddmm	frank luksemburski
HUFddmm	forint węgierski

Siemens M35i z dostępem do usługi W@P Idea dla kibiców koszykówki



KOMENDY POZOSTAŁE

państwo np. NIEMCY	Lista roamingów w danym kraju z podaniem typu sieci i nazwy na wyświetlaczu telefonu. Informacje można uzyskać również wysyłając literowe oznaczenie kraju np. dla Niemiec – D

OBJAŚNIENIA DO TABEL

Skróty w tabelach typu dd, mm i gg oznaczają:
dd – dzień
mm – miesiąc
gg – godzina

Pomoc na temat wybranej komendy można uzyskać również poprzez wysłanie komendy ze znakiem zapytania, np. INFO?

Wysłanie komendy z parametrem gg np. TVP1 gg, pozwala uzyskać program na dzień bieżący

W@P – (Wireless Aplication Protocol)

Obecnie niemal każdy portal internetowy posiada odpowiednik swojej strony przystosowany do odczytu w technologii W@P. Dzięki usłudze W@P możliwa jest również pełna obsługa poczty elektronicznej (e-mail). Sieć Idea posiada własną stronę W@P Idea, gdzie znaleźć można informacje z różnych dziedzin.

Nowością w W@P Idea jest strona poświęcona drużynie koszykarskiej Zepter-IDEA Śląsk Wrocław. Fani zespołu znajdą tu informacje o klubie, zawodnikach oraz wynikach rozegranych meczów.

Korzystanie z usługi W@P jest możliwe dzięki transmisji danych, która obecnie jest uruchamiana standardowo przy aktywacji numeru i nie wiąże się z żadnymi dodatkowymi kosztami. Bardziej zaawansowana forma usługi transmisji danych pozwala korzystać z Internetu, a ponadto umożliwia przesył danych pomiędzy dwoma telefonami – podłączając komputer do telefonu. Nowe możliwości szybkiej transmisji danych stwarza GPRS (General Pocket Radio System). Jak przewidują specjaliści, GPRS w niedługim czasie będzie konkurencją wobec innych form dostępu do Internetu i przesyłu danych.

STANDARDOWA TRANSMISJA DANYCH A TRANSMISJA PAKIETOWA GPRS

Standardowa transmisja danych	zestawienie na żądanie połączenia pomiędzy nadawcą a odbiorcą (typu punkt-punkt) na czas transmisji w celu przesłania danych	typ połączenia – na żądanie (tak jak standardowy modem)
Transmisja pakietowa GPRS	podzielenie przesyłanych danych na pakiety i przesłanie ich na żądany adres dowolną drogą połączeniową	typ połączenia – na stałe (tak jak w sieci komputerowej)

CO MOŻNA ZNALEŹĆ W SERWISIE W@P IDEA?

- Portal Idea – znajdują się tam informacje na temat PTK Centertel oraz sieci Idea. Najważniejsze wydarzenia z życia sieci, informacja o punktach sprzedaży oraz o zasięgu sieci, a także Sklep W@P Idea.
- Portal W@PGO! – jest to portal informacyjno-rozrywkowy. Znajdują się tam najświeższe wiadomości z kraju i ze świata, informacje biznesowe oraz ze sportu, kursy walut, pogoda, ciekawostki i wiele innych.
- Serwis Moja Strona – użytkownik może stworzyć swój własny portal. Może on wykonywać edycję, dodawać lub usuwać swoje własne faworyty (czyli adresy, pod które najczęściej chce wchodzić i przeglądać). Poprzez ten serwis użytkownik ma możliwość korzystania z poczty elektronicznej za pomocą usługi W@P Email. Serwis Moja Strona jest zabezpieczony przed dostępem osób postronnych dzięki wprowadzeniu konieczności logowania się przy pomocy indywidualnego hasła. Użytkownik w każdej chwili ma możliwość zmiany swojego hasła.
- Konkurs – ciekawe konkursy z atrakcyjnymi nagrodami.
- Nowości – znajdują się tam nowe, ciekawe serwisy oraz usługi dostępne poprzez W@P Idea.

ZALETY GPRS

- Ponad dziesięciokrotnie szybsza transmisja danych (do 115 kb/s).
- Możliwość bezpłatnego, stałego (24 h/dobę) podłączenia do internetu, poczty elektronicznej, zasobów informacyjnych sieci korporacyjnych itp.
- Nowatorski, atrakcyjny dla użytkownika sposób naliczania opłat – nie za czas połączenia, ale tylko za ilość przesyłanych danych.
- Tylko w sieci Idea aż do odwołania rewelacyjnie niska opłata – 99 zł miesięcznie za każde przesłane 50 MB danych.



Ericsson R290 i Telit SAT 550 – modele telefonów dwusystemowych Globalstar/GSM 900

JAK POŁĄCZYĆ SIĘ Z W@P IDEA Z POSZCZEGÓLNYCH TELEFONÓW

Motorola V2288/T2288/Timeport P7389
Wcisnąć menu. Na wyświetlaczu pojawi się „Połącz z internetem" i pytanie „Wybrać?" Po wciśnięciu OK telefon zacznie łączyć się z WAP i po kilku chwilach wyświetli się strona domowa sieci Idea.

Motorola T205
Strzałkami odnaleźć pozycję w menu „Usługi tel." i wcisnąć zieloną kropkę. Następnie wybrać z listy pozycję „Internet" i ponownie potwierdzić wybór zieloną kropką. Telefon rozpocznie łączenie się z WAP i po chwili pojawi się strona domowa WAP Idea.

Nokia 7110/6210
Wybrać Menu. Strzałkami schodzić w dół do momentu pojawienia się na wyświetlaczu „Usługi". Wcisnąć Wybierz. Pojawi się menu, z którego należy zaznaczyć „Strona główna" i wcisnąć Wybierz. Telefon zacznie łączyć się z WAP.

Siemens C35i/M35i/S35i
Wcisnąć menu. Na wyświetlaczu pojawi się „Połącz z Internetem" i pytanie „Wybrać?" Po wciśnięciu OK telefon zacznie łączyć się z WAP i po kilku chwilach wyświetli się strona domowa WAP Idea.

Ericsson R320/T20s
Strzałkami w lewo lub w prawo przejść do menu „Usługi WAP". Następnie strzałką zejść w dół do menu „Portal Idea" i wcisnąć YES. Telefon rozpocznie łączenie i po chwili pojawi się strona domowa WAP Idea.

Sagem MW936
Wcisnąć klawisz „@". Następnie z menu wybrać pozycję „Klawisz Home" i wcisnąć OK. Telefon rozpocznie łączenie się z WAP i po chwili pojawi się strona domowa WAP Idea.

Mitsubushi Trium Aria
Wybrać menu i następnie strzałkami w dół lub w górę przejść do ostatniej pozycji „Internet" i wcisnąć OK. Następnie wybrać pozycję „Strona główna" i ponownie wcisnąć OK. Telefon rozpocznie łączenie się z WAP i po chwili pojawi się strona domowa WAP Idea.

Panasonic GD93
Wybrać menu i odnaleźć pozycję „Aplikacje". Ponownie wybrać menu, z listy wybrać „Włącz przegląd" i wcisnąć Wybór. Telefon rozpocznie łączenie się z WAP i po chwili pojawi się strona domowa WAP Idea.

Alcatel OT 301
Wcisnąć OK. Wybrać „Usługi" i ponownie wcisnąć OK. Odnaleźć w menu pozycję „WAP" i wcisnąć OK. Telefon rozpocznie łączenie się z WAP i po chwili pojawi się strona domowa WAP Idea.

Poczta głosowa

Na koniec warto jeszcze wrócić do jednej z podstawowych usług dodanych.

Korzystanie z własnej, automatycznej sekretarki jest tak powszechne, że niewielu użytkowników telefonów komórkowych zagłębia się w funkcje usługi poczty głosowej. Tymczasem w codziennym korzystaniu z telefonu np. czas przechowywania nowych wiadomości, czy też już odsłuchanych, może okazać się niezwykle istotny. Obok standardowej, w sieci Idea dostępna jest także poczta głosowa w wersji GOLD. Dzięki niej można przechowywać większą liczbę wiadomości oraz nagrać kilka wariantów powitań, które zaprogramowane w odpowiedni sposób, będą się pojawiały w określonych godzinach i dniach. Kolejną zaletą poczty GOLD jest możliwość przechowywania faksów. Aby je odczytać, wystarczy skorzystać z dowolnego urządzenia do odbioru faksów.

Idea.net, to usługa, która jako pierwsza umożliwiła połączenie klasycznej poczty elektronicznej z mobilnością i ciągłym dostępem do swojej skrzynki. W sieci Idea oferujemy dwie wersje tej usługi, prostą (E-mail SMS) i bardziej zaawansowaną (Idea E-mail).

PORÓWNANIE FUNKCJI KONT POCZTOWYCH IDEA E-MAIL ORAZ E-MAIL SMS

Funkcja	Idea E-mail	E-mail SMS
Objętość konta	20 MB	10 MB
Maksymalny rozmiar wiadomości	4 MB	4 MB
Bezpośredni dostęp przez przeglądarkę tp.internet	możliwy	możliwy
Dostęp przez stronę http://webmail.idea.net.pl	możliwy	możliwy
Dostęp POP3 oraz IMAP	możliwy	niemożliwy
Komendy SMS	11	6
Maksymalna liczba SMS-ów zawierających treść przesyłki pocztowej	4	1

FUNKCJE POCZTY GŁOSOWEJ STANDARD I GOLD

	STANDARD	GOLD
Liczba wiadomości	10	15
Czas przechowywania nowych wiadomości	3 dni	14 dni
Czas przechowywania odsłuchanych wiadomości	2 dni	2 dni
Długość wiadomości	2 min	2 min
Długość powitania	30 sek	2 min
Harmonogram powitań	nie	tak
Opcja faksu	nie	tak
Połączenia	bezpłatne	bezpłatne
Abonament	nie	tak

Nowe Roamingi w Idei



BOŚNIA I HERCEGOWINA

Mobilna Srpske
GSM 900
Kod (nazwa) sieci: 218 05; GSM – MS1
Telefony: 066 59 00, +387 66 59 00 (BOK);
051 988 (informacja)
Rozmowy krajowe: 0,92 (0,46)
Rozmowy do Polski: 6,02 (3,00)



HOLANDIA

KPN
GSM 900
Kod (nazwa) sieci: 204 08; NL PTT, NL KPN
Telefony: 806, +31 50 588 58 06 (BOK);
0900 8008 (informacja krajowa),
0900 8418 (informacja międzynarodowa)
Rozmowy krajowe: 2,50 (0,73)
Rozmowy do Polski: 5,26 (3,48)



HONG KONG

Cable & Wireless
GSM 900/1800
Kod (nazwa) sieci: 454 00; CWHKT
Telefony: 2888 10 10, +852 2888 10 10 (BOK);
1081 (informacja krajowa),
100 13 (informacja międzynarodowa)
Rozmowy krajowe: 1,32 (1,18)
Rozmowy do Polski: 11,72 (10,01)
Rozmowy przychodzące: 1,32 (1,18)



MAURITIUS

Emtel Limited
GSM 900
Kod (nazwa) sieci: 617 10; Emtel, MRU 10
Telefony: 888, +230 46 520 00 (BOK);
150 (informacja krajowa),
10091 (informacja międzynarodowa)
Rozmowy krajowe: 0,36 (wewnątrz sieci);
1,94 (z innymi sieciami)
Rozmowy do Polski: 10,69
Rozmowy przychodzące: 0,73

Wszystkie opłaty za połączenia podane są w złotówkach. Należy do nich doliczyć 15% narzutu administracyjnego i podatek VAT (22%) od narzutu (czyli – w uproszczeniu – 18,3%). Podane stawki ustalają poszczególni operatorzy i mogą one ulegać zmianom. Szczegółowe i aktualne informacje na temat stawek poszczególnych sieci można także uzyskać pod numerem bezpłatnych infolinii i w Internecie (www.idea.pl; plik w formacie MS Excel).

Co nowego?

SKRÓCONE NUMERY DOSTĘPOWE DLA GOŚCI ROAMINGOWYCH W SIECI IDEA

Z dniem 1 kwietnia 2001 r. sieć Idea wprowadza dla swoich gości roamingowych ułatwienia w nawiązywaniu niektórych połączeń – skrócone kody dostępowe do poczty głosowej i do macierzystego Biura Obsługi Klienta. Aby odsłuchać wiadomości pozostawione na poczcie głosowej, gość roamingowy korzystający w Polsce z Idei wybierze odpowiedni numer skrócony – tak jak zawsze w obrębie własnej sieci. Również kontakt z własnym biurem obsługi będzie możliwy przez wybranie odpowiedniego numeru skróconego, a opłata za połączenia tego typu wyniesie tyle, co za każde połączenie do kraju, z którego pochodzi osoba dzwoniąca.

Numery skrócone dla gości roamingowych nie są dostępne dla Abonentów Idei, nie istnieje więc niebezpieczeństwo przypadkowego i niechcianego połączenia międzynarodowego.

Już w maju także Abonenci Idei wyjeżdżający za granicę będą mogli w niektórych krajach używać numerów skróconych *501 i *22 – należy jednak pamiętać, że będą to połączenia płatne, tak jak każda rozmowa międzynarodowa z danego kraju do Polski.

USŁUGI SMS W PROGRAMIE „DWA ŚWIATY" (TELEWIZJA POLSAT)

Abonenci sieci Idea mogą korzystać z nowej, cyklicznej usługi SMS związanej z programem telewizji Polsat „Dwa światy". Dzięki usłudze „DWA ŚWIATY-wieści" można dowiedzieć się o ostatnich wydarzeniach w domach programu, a na potrzeby głosowania uruchomiono usługę „SMS-głos". Z obydwu usług nie można korzystać za pomocą internetowej bramki SMS.

Dwa światy – wieści

Usługa Dwa Światy – wieści została uruchomiona 28 marca 2001 r.

Użytkownik usługi będzie otrzymywał dwa SMS-y w ciągu dnia, zawierające krótki opis najciekawszych wydarzeń w domach programu. Aby uaktywnić usługę, należy wysłać SMS pod numer 7933 o treści DS (wielkość liter nie ma znaczenia). Opłata za SMS pod numer 7933 wynosi 9 zł + VAT (10,98 zł brutto). Potwierdzeniem aktywacji usługi jest SMS zwrotny o następującej treści:

Usluga Dwa Swiaty-wiesci uruchomiona. Dwa razy dziennie dostaniesz informacje z programu Dwa Swiaty. Deaktywacja poprzez SMS na 7033 z trescia DS(cena 0.5 zl + VAT)

Aby zrezygnować z usługi „DWA ŚWIATY-wieści" należy wysłać SMS pod numer 7033 o treści DS (wielkość liter nie ma znaczenia). Opłata za deaktywację wynosi 0,50 zł +VAT (0,61 zł brutto). Potwierdzeniem deaktywacji usługi jest SMS zwrotny o treści:

Usluga Dwa Swiaty-wiesci zostala wyłączona

Dwa światy – głosowanie

Usługa SMS-głos, umożliwiająca głosowanie na uczestników programu „Dwa Światy", została uruchomiona 4 kwietnia 2001 r. Aby zagłosować na wybraną osobę, należy wysłać SMS-a zawierającego dwie ostatnie cyfry – oznaczające danego kandydata (od 01 do 12) pod numer 7233. SMS-y o innej treści (np. 13, 001, 123) nie będą brane pod uwagę. Opłata za wysłanie SMS-a wynosi 2 zł + VAT (2,44 zł brutto). Po wysłaniu SMS-a pod numer 7233 Abonent otrzyma komunikat zwrotny o treści:

Dwa Swiaty oraz IDEA dziekuja za wziecie udzialu w naszym glosowaniu. Zarejestrowalismy glos na (imie nazwisko kandydata).Zachecamy do udzialu w kolejnych glosowaniach.

UWAGA! ZA TREŚCI WSZYSTKICH KOMUNIKATÓW WYSYŁANYCH ZA POMOCĄ SMS ODPOWIADA TELEWIZJA POLSAT

USŁUGA PAKIET SMS

Pakiety SMS, to nowa usługa uruchomiona 9 kwietnia 2001 r. Mogą z niej korzystać wszyscy Abonenci oferty Idea Optima, niezależnie od planu taryfowego czy daty aktywacji telefonu komórkowego. Pakiet SMS nie dotyczy interaktywnych Serwisów Informacyjnych SMS (nr 103) – szczegóły w BOK Idea.

Usługa Pakiet SMS oferowana jest w trzech opcjach: Pakiet SMS 100, Pakiet SMS 250, Pakiet SMS 500.

USŁUGA PAKIET SMS OFEROWANA W TRZECH OPCJACH (Pakiet SMS 100, Pakiet SMS 250, Pakiet SMS 500)

Nazwa Pakietu	Liczba SMS w pakiecie	Cena 1 SMS-a w pakiecie	Cena 1 SMS-a po przekroczeniu pakietu	Wartość Abonamentu (liczba SMS-ów x cena)
SMS 100	100	0,22 PLN	0,22 PLN	22,00 PLN
SMS 250	250	0,20 PLN	0,20 PLN	50,00 PLN
SMS 500	500	0,15 PLN	0,15 PLN	75,00 PLN

Ceny netto, nie zawierają 22% podatku VAT.

W każdym z pakietów znajduje się określona liczba SMS-ów (odpowiednio 100, 250, 500), które można wykupić w formie abonamentu na jeden okres rozliczeniowy. Wartość abonamentu odpowiada iloczynowi liczby SMS-ów w danym pakiecie i ceny jednostkowej. Po przekroczeniu danego pakietu, każdy kolejny wysłany SMS kosztuje, w zależności od pakietu: 0,15, 0,20 lub 0,22 zł. Niewykorzystane w danym okresie rozliczeniowym SMS-y nie przechodzą na okres następny.

Aby aktywować usługę Pakiet SMS, wystarczy zadzwonić pod bezpłatny numer *22. Nowi Abonenci mogą uruchomić usługę wraz z aktywacją telefonu, wystarczy tylko podczas podpisywania umowy w polu „Uwagi" zadeklarować chęć uruchomienia wybranego pakietu.

Po upływie okresu rozliczeniowego usługa jest automatycznie odnawiana. Aby z niej zrezygnować lub zmienić pakiet, wystarczy zadzwonić do Biura Obsługi Klienta (*22). Wygaśnięcie lub modyfikacja usługi Pakiet SMS następuje wraz z zakończeniem danego okresu rozliczeniowego.

POCZTÓWKA OD WIELKIEGO BRATA

Abonenci Idei mogą wysyłać pocztówki ze zdjęciami bohaterów Big Brother'a. W tym celu należy wysłać SMS-a pod numer 7522 (koszt 5 zł + VAT), zawierającego w kolejności: numer wybranej kartki, imię i nazwisko oraz dokładny adres odbiorcy, treść kartki i podpis nadawcy, np. *1 (JAN KOWALSKI ul. POCZTOWA 1 m 4 01-234 WARSZAWA)Serdecznie pozdrawiam*Michal*

Informacje oraz zdjęcia kartek są dostępne na witrynie internetowej www.idea.pl i www.bigbrother.tvn.pl.

POCZTÓWKOWA IDEA

Od 23 kwietnia w usłudze Pocztówkowa Idea, w kategorii „okazjonalne" (D), dostępne są pocztówki związane z Dniem Matki.



Aby zamówić taką pocztówkę, należy wysłać SMS pod numer 7300 (3 zł + VAT) o przykładowej treści:

*D0(Anna Nowak ul. Sloneczna 2 m 3 32-101 Krakow)Bardzo Cie Kochamy Mamusiu*Agatka i Grzes*

Informacje na witrynie internetowej www.idea.pl.

> Kultura żywych komórek <

AA ▸ wiadomości tekstowe

! ▸ kalendarz

i ▸ infoserwisy

▸ obrazki

▸ melodyjki

Wszyscy SMSujemy, ja SMSuję, Pan SMSuje,
Pani również, generalnie społeczeństwo SMSuje.
Ale czy można to robić lepiej i taniej? Teraz tak. Wapster to
proste i wygodne narzędzie łączące Internet i telefon komórkowy.
W jednym miejscu znajdziesz wszystko
co niezbędne do sprawnej komunikacji.
Połączmy nasze komórki...
...muzyką, obrazem i tekstem.

www.wapster.pl

WapSter.pl
wspieramy kontakty komórkowe

To taki dziwny temat. Można go pominąć milczeniem i spokojnie żyć dalej. Ale on płynie jak rzeka. Raz wolniej, raz szybciej, a mimo to nieprzerwanie. I choć przysłowie uczy, że nie da się wejść dwa razy do tej samej rzeki, zaryzykujmy...

Tyle hałasu o nic

Historie opowiedziała Małgorzata Węgrzecka
Skomentowała Iwona Zabielska

Tyle książek, artykułów, rozmów prywatnych i publicznych. Ba, nawet filmów. Żeby lepiej zrozumieć kobietę. Albo raczej, powiedzieć lub pokazać, jak należy ją rozumieć. To, jak myśli (i czy w ogóle myśli), jak postępuje, czego chce i czego nie chce. I wszystko na nic. Nadal jest, jak zawsze. Czyli stereotypowo, na wysokim poziomie uogólniania i bardzo syntetycznie. Pewnie dlatego, że w tej wdzięcznej roli tłumacza kobiecych zachowań najchętniej widzą się mężczyźni. A kobiety, nie sposób zaprzeczać, w swej kobiecej zapalczywości leją wodę na ten młyn, raz jako awanturnice – feministki, raz jako bezradne anielice. Trzeba się zgodzić, że takie skrajności mogą wywoływać dezorientację w męskiej części świata, burzyć wyobrażenia o porządku logicznym, konsekwencji i odpowiedzialnym działaniu. Mężczyznom trudno jednak zaakceptować fakt, że mogłoby w naszym wspólnym świecie tak pozostać i wszyscy byliby zadowoleni (bo w tym szaleństwie naprawdę jest metoda). Nie potrafią oprzeć się pokusie, aby przynajmniej teoretycznie poustawiać te klocki w skali 1:1. Dlatego rozdzielają role, uczą się kwestii, a potem są zdziwieni, że grają w teatrze jednego aktora. Samotni i zagubieni. Bo gdy kobieta mówi „Ty mnie nie rozumiesz", to zaraz potem, chociaż często przy tym płacze albo krzyczy, usiłuje wszystko solidnie, po kobiecemu wytłumaczyć. Kiedy zaś mężczyzna myśli „I tak tego nie zrozumiesz", zaraz potem wędruje do swojej jaskini, gdzie kobietom generalnie wstęp wzbroniony. I z tych wszystkich doświadczeń, czasem bolesnych, czasem komicznych biorą się potem stwierdzenia – maszkarony, poparte zwykle jakimś męsko brzmiącym nazwiskiem-autorytetem. Że wszystkie kobiety pragną rodzić dzieci, być na utrzymaniu męża, oglądać seriale telewizyjne i oczekiwać z talerzem gorącej zupy powrotu chłopa do domu. I że takie pragnienia są wynikiem jej biologicznej i społecznej powinności. Panowie, to nieporozumienie. Chodząc na skróty w rozważaniach na temat kobiecych postaw i pragnień, nie potraficie niestety zauważyć „subtelnej" różnicy, jaka istnieje pomiędzy

Kobieta z profilu

Mam 35 lat, czteroletnią córeczkę i męża. Mam dom, samochód, całkiem ciekawą pracę i mnóstwo planów na przyszłość. Mam też serdecznie dosyć traktowania mnie jak starszej wersji komputera – do prostych zadań się nadaje, ale do czegoś skomplikowanego trzeba użyć tego z lepszym procesorem. No cóż, komputer, procesor, nawet laptop są rodzaju męskiego, więc doskonała część panów dziwi się, kiedy jakaś kobieta wie, jak to się w ogóle włącza. Jednak wszystkie te urządzenia mają instrukcję obsługi, a ponieważ nikt jeszcze nie wymyślił czegoś takiego dla pań, chciałabym rozwiać parę wątpliwości. ■

Kobiety, z wrodzoną sobie zdolnością, opanowały wszystkie techniki wspinania się na szczyt.

BE&W

rodzić dzieci a urodzić dziecko ukohanego mężczyzny, pomiędzy siedzieć w domu a zajmować się domem, pomiędzy czekać z talerzem gorącej zupy a zjeść wspólnie posiłek.

Diabeł tkwi w szczególe

Jeden tylko szczegół czyni kwestię porozumień damsko-męskich tak drażliwą – wizerunek kobiety, jaki pielęgnują w sobie mężczyźni. Uparcie niezmienny, niereformowalny i ... fałszywy. Jaki jest mężczyzna, każdy widzi, a kobiety ciągle muszą tłumaczyć się z tego, że są takie, jakie są i uzasadniać dlaczego nie chcą być takie, jakie być powinny.

One wcale nie walczą o dominację. Nie chcą wyprzeć męskiego gatunku ze świata. Ze zbyt wielu przyjemności musiałyby zrezygnować i są tego całkowicie świadome. Domagają się jedynie, aby ktoś w końcu zobaczył, jakie są NAPRAWDĘ. Nie, że od razu feministki, kiedy mówią o dyskryminacji (cokolwiek miałoby to znaczyć). Nie, że są czepliwe, kiedy codziennie żądają wrzucania skarpetek do kosza z brudną bielizną. Nie, że są żądne władzy i kariery, kiedy koledze z pracy zwrócą uwagę na popełniony przez niego błąd. Nie, że właśnie mają syndrom okołomiesiączkowy, kiedy nie sposób się dogadać.

Takie właśnie stereotypy, powtarzane wszędzie, bez względu na środowisko, działają na kobiety lepiej niż płachta na byka. Prowokują nawet te niewiasty, które są dalekie od feministycznych rozgrywek i dawno pogodziły się już z faktami.

A więc trudno się dziwić, że wzbiera w nich złość, kiedy po raz niewiadomo który, jakiś facet (bo kreatywni w agencjach reklamowych lub szefowie marketingu w firmach to w przytłaczającej większości faceci) uczy je jak należy prać, żeby te mężowskie koszule były bardziej białe niż są w rzeczywistości. Albo, kiedy tłumaczy im, do czego służą podpaski i pokazuje to, z czym i tak co miesiąc mają do czynienia. Szanowne panie mają prawo się złościć. Bo wiedzą swoje. Zdecydowana większość reklam kierowana jest do kobiet. Od reklam artykułów gospodarstwa domowego po reklamy samochodów. Ciekawe – dlaczego? Na czele niemal wszystkich organizacji charytatywnych stoją kobiety. To one potrafią przemierzyć pół świata, by spotkać się na międzynarodowej konferencji, poświęconej jakiemuś palącemu problemowi. Ciekawe – dlaczego? W niemal każdej rodzinie tylko kobieta potrafi rano zapanować nad sytuacją, pójść do pracy, wrócić rześka i gotowa do wykonania kilku (nastu) prac, zwanych obowiązkami domowymi i jeszcze do tego wszystkiego się nie skarżyć na swój los. Ciekawe – dlaczego?

Bo ja jestem taka mała...

Na wspomnianą wyżej podróż cieszyłam się cały rok. Kiedy wreszcie dotarliśmy na miejsce, miałam ochotę uściskać serdecznie wszystkie palmy. A potem oczywiście pławić się w słodkim lenistwie. Jednak cały w tym ambaras, żeby dwoje chciało na raz. Ledwie wyciągnęłam się na leżaku, usłyszałam:

– Tatusiu! Chodź będziemy łapać fale!

– Idź poproś mamusię – odpowiedział uprzejmie tatuś. – Ja teraz leżę.

Kilka dni potem postanowiliśmy wybrać się na wycieczkę dookoła wyspy. Poszliśmy do wypożyczalni samochodów. Pracownik biura poprosił o paszport. Wśród całej zawartości wytrząśniętej z mojej torebki niestety, nie było paszportu.

– Daj twój, mój został w hotelu.

– No chyba żartujesz! – żachnął się mój mąż. – Ja nie wiem, jak ty w ogóle radzisz sobie z kierowaniem jakimś zespołem ludzi, skoro nie pamiętasz o głupim paszporcie.

– Ale...

– Ja swój c e l o w o zostawiłem w hotelu, bo byłem przekonany, że o czym, jak o czym, ale o paszporcie, to będziesz pamiętała!

Po powrocie z wycieczki poprosiłam mojego męża:

– Kochanie, czy mógłbyś zadzwonić do recepcji i poprosić, żeby wymienili nam ręczniki? Te się już nawet na basen nie nadają, a ja chciałabym się wykąpać.

– Znowu ja?! Czy ty nie mogłabyś raz czegoś sama załatwić. Przecież znasz język, to dzwoń! ■

Felgi w kwiatki

Mój mąż, podobnie jak znakomita część męskiej populacji, nie znosi chodzić ze mną po zakupy. Zupełnie nie rozumie, dlaczego kupno torebki zajmuje mi pół godziny, chociaż widzi przecież, że wybieram spośród pięciu różnych wzorów. Ostatnio wybraliśmy się do dużego centrum handlowego. Mężowi potrzebna była nowa marynarka, mnie – nic, bo przecież szafa pęka w szwach. Po dwóch godzinach przymierzania marynarek mężczyzna mojego życia znalazł wreszcie taką, która nie była w za dużą lub za małą kratkę i nie miała za dużych lub za małych klap. Postanowiłam uczcić ten sukces i weszliśmy do sklepu z sukienkami.

– Zupełnie nie rozumiem, dlaczego ty w kółko przymierzasz te dwie sukienki. Przecież one właściwie niczym się nie różnią, tylko jedna jest w paski, a druga w kwiatki – zasugerowała moja druga połowa.

– Czy ja się dziwię, kiedy gapisz się godzinami na dwa prawie identyczne modele BMW?! – zdenerwowałam się odrobinkę.

– Ale wymyśliłaś! W życiu nie słyszałem większej bzdury! Gdybyś przez chwilę pomyślała, to może doszłabyś do wniosku, że łatwo sobie wyobrazić, na czym polega przyjemność prowadzenia BMW! Kompletnie natomiast nie wiadomo, na czym polega przyjemność noszenia sukienki w paski! Przecież nic się wtedy nie dzieje! A jak ją masz na sobie, to jej nawet nie widzisz!!! ■

A mężczyźni są po prostu szefami wielkich korporacji. I dla dobra swoich korporacji, wieczorami, podrzucają żonom do „przejrzenia" tekst przemówienia, które trzeba wygłosić następnego dnia, puszczają taśmę z najświeższym filmem reklamowym, aby uzyskać ostateczną akceptację przed publiczną emisją, omawiają aktualne wydarzenia z kraju i ze świata, a na koniec zasięgają opinii w kwestii krawata. Jakie to banalne.

Złota rączka

W moim domu rodzinnym ojciec zawsze sam załatwiał wszystkie „męskie" sprawy. Wbijał gwoździe, naprawiał krany, płacił rachunki. Dorastałam więc w przekonaniu, że wszyscy mężczyźni rodzą się z młotkiem i śrubokrętem w ręce. Jakież było moje zdziwienie, kiedy okazało się, że mój mąż urodził się z pustymi rękami. Zaraz po ślubie dowiedziałam się, że każda półka, każda dziura w ścianie musi mieć swoje pięć minut. Czekałam zatem „cierpliwie", aż nadejdzie wspomniany moment. Czasem trwało to rok, czasem tylko kilka miesięcy. W końcu skonsultowałam się z przyjaciółką, także paroletnią mężatką.

– Nie przejmuj się – usłyszałam słowa otuchy. – U niektórych facetów to normalne. Lepiej sama wbij ten gwóźdź.

Owijane w bawełnę

A jeśli chodzi o historyjki, to one nie są tu przypadkiem. Przypadkiem nie jest również taki a nie inny wybór wątków. Trudno by było chyba znaleźć parę, która nie przeżyła przynajmniej jednej z przytoczonych tu historii.

Dla przerażonych – kobieta za kierownicą, na przykład. Uff, to rzeczywiście trudna sprawa. I wtedy, kiedy jeździ bardzo dobrze (jak to się mówi – po męsku), bo jest kłopotliwym zaprzeczeniem dla mitu „baba za kierownicą", i wówczas, gdy prowadzi auto płochliwie lub bezmyślnie, bo jest uwiarygodnieniem tegoż mitu. Ale skoro egzamin na kierowcę zdała, jeździć prawo ma. A panowie, zamiast przeklinać pod wąsem, mogą po prostu bardziej uważać, co będzie z pożytkiem dla wszystkich.

Dla lekceważących – kobieta wobec urządzeń technicznych. Inaczej mówiąc – wobec przeciwności losu. Nie jest to nic szczególnego, więc nie zasługuje aż na takie lekceważenie, jakie zwykle, przy tej okazji, jest składane w hołdzie kobietom. Jeśli trzeba, każda sobie poradzi, w przeciwieństwie do mężczyzn, którzy, jakimś życiowym trafem, muszą zmierzyć się z przepisem na sernik, kokardą, którą trzeba zawiązać dziecku na włosach, pokrętłem na pralce lub żelazku, żeby było w sam raz uprane i uprasowane (swoją drogą pralka i żelazko to też techniczne urządzenia...). Z całym szacunkiem, ale dziś prawdziwych homouniversaliów już nie ma. I to po żadnej ze stron.

Dla zaangażowanych – kobieta w środowisku mężczyzn pracujących. Jej rolą jest siedzieć cicho, obserwować i pilnie się uczyć. Jak należy ignorować kolegów, przerywać i kwestionować wypowiedzi innych, deprecjonować się wzajemnie w oczach szefa, podkreślać własną wartość i przydatność zawodową oraz podkradać pomysły zdolnym koleżankom. Których w dodatku najlepiej nie zauważać. Bo znają tę najgłę-

Kobiety, zawsze były romantyczne. I zawsze będą...

BE&W

W szponach nałogu

Polecieliśmy na wakacje do ciepłego kraju. Było cudownie. Jedyną wadą całego wyjazdu była podróż – od punktu A do punktu B trwała około dwudziestu godzin. Do domu dotarliśmy w sobotę o pierwszej po południu. Małą położyłam spać i sama też usiłowałam się zdrzemnąć. Nic z tego nie wyszło, więc zajęłam się rozpakowywaniem bagaży, nastawiłam pranie. W trakcie wyjmowania z walizki kolejnej partii rzeczy przypadkowo zerknęłam w lustro. Z przerażeniem zauważyłam, że moje włosy są w gorzej niż dramatycznym stanie – w trakcie urlopu jakoś nie zauważyłam, że spłowiały od słońca. I chyba trochę zmatowiały... Poza tym cała fryzura zdawała się krzyczeć – dajcie mi jakieś nożyczki! Natychmiast pobiegłam do telefonu i umówiłam się z panią Mariolą.

– Kochanie, jak myślisz, czy zrobić sobie jasne pasemka? To by ładnie wyglądało z opalenizną... A może jednak rude? – zasięgnęłam rady u wybranka mojego serca.

Mąż postukał się w czoło:

– Kobieto! Czyś ty na głowę upadła! Przecież ty jej tam uśniesz na fotelu!

Wcale nie usnęłam.

Autorytet na drodze

Za każdym razem, kiedy jadę z mężem i on prowadzi, bez względu na to, czy podróż trwa 5 minut, czy dwie godziny, wiem, że w którymś momencie usłyszę to samo:

– Kobieta za kierownicą! Kto jej dał prawo jazdy!

Podjeżdżamy bliżej, a za kierownicą wykonującego dziwny manewr samochodu czasem rzeczywiście jest kobieta, a czasem pan w kapelusiku albo jakiś inny, przeciętnie wyglądający mężczyzna. Sytuacja ta nie wymaga komentarza. Piszę o tym, żeby ulżyć sobie i innym żonom, a kto jest bez winy, niech pierwszy rzuci kierownicą. Opowiem inną historię. Jadę sobie pewnego dnia do pracy, tym razem ja prowadzę. Są wakacje, więc nie ma korków. Jest za piętnaście dziewiąta, a przede mną tylko pięć minut drogi, no to jadę siedemdziesiątką. Przecież mi się nie śpieszy. Za to śpieszy się wszystkim dookoła. Trąbią, wygrażają, stukają się w czoła. Chociaż wcale nie jadę lewym pasem, ale środkowym. Staram się jak mogę zachować spokój. Niestety, nie jest to możliwe, bo w końcu muszę zmienić pas na lewy. I wbrew pozorom nie robię tego dwa kilometry przed skrętem, ale też nie w ostatniej chwili. Tymczasem samochód przede mną wciska się na chama pięć metrów przed światłami. Trąbię. Facet zatrzymuje samochód, wysiada i idzie do mnie...



biej skrywaną tajemnicę – w domu rządzi żona.

Dla leniwych – kobieta gotowa do poświęceń. Może rzeczywiście trudno w to uwierzyć, ale złamany paznokieć, włosy wołające o fryzjera albo plama na twarzy potrafią wygonić kobietę z domu nawet późną nocą, po bardzo męczącym dniu, ba nawet po dwudziestoparogodzinnej podróży. Czyli wtedy, gdy każdy normalny człowiek (mężczyzna) wziąłby po prostu szybki prysznic i wskoczył do łóżka. Ale ona musi to zrobić w tej chwili. W żadnej innej. Tak kategoryczny jest imperatyw, że dłużej zaniedbania nie zniesie.

Nie dlatego, że mężczyzna patrzy i widzi. Bo on wcale tego nie widzi. Kobieta, prószę panów, robi to dla SIEBIE.

Dla osamotnionych – kobieta przed sukienką w kwiatki. Nie w paski. W kwiatki. To zupełnie jak mężczyzna przed Lamborghini. Nie przed Fiatem Sienna. Przed Lamborghini. Emocje są idealnie takie same. Jak się reaguje na wezwanie: „Kup mnie. Zostałam/łem stworzony specjalnie dla ciebie. Trudno ci będzie obyć się beze mnie!". Fakt, na sukienkę łatwiej sobie pozwolić. I dlatego kobiety są szczęśliwsze.

Dla odpowiedzialnych – kobieta bezradna. To taki wdzięczny wątek o superbabie, która na

Oko w oko z omnibusem

Stoję w kolejce do bankomatu. Facet za mną bardzo się niecierpliwi.

– No tak, same kobiety, pewnie z godzinę będę tu stał – mówi teatralnym szeptem.

Nie komentuję. Wreszcie przychodzi moja kolej. Cierpliwie czekam, aż maszyna będzie gotowa do wykonania następnej transakcji.

– Może pani włożyć... tę kartę – słyszę z tyłu.

Ręka mnie świerzbi, ale przecież nie dam się wyprowadzić z równowagi jakiemuś kretynowi. Ze zdenerwowania wciskam zły przycisk. W końcu biorę pieniądze i wychodzę. Facet dogania mnie na ulicy.

– Wzięła pani wszystkie pieniądze! Przez panią spóźnię się do pracy!!!

Po cudownie i beztrosko rozpoczętym dniu wracam do domu. Przeglądam program telewizyjny. O 23.30 będzie „Cienista dolina". Przecież nie będę tego dzisiaj oglądać, skoro jutro muszę wstać o 7. Proszę męża, żeby zaprogramował magnetowid, bo bardzo możliwe, że o 23.30 będziemy już spali i nie uda mi się przez sen włączyć video. W odpowiedzi po raz kolejny słyszę to samo:

– Ależ kochanie, tyle razy ci pokazywałem, jak to się robi. Mogłabyś się wreszcie nauczyć. Poza tym zamiast oglądać te głupie filmy o miłości, to może byś coś poczytała...

Gdybym miała w kieszeni nóż, pewnie byłby już dawno otwarty.



Oglądane godzinami dziecięce ubranka mogą cieszyć tylko damskie oko.

BE&W

co dzień przenosi góry na swoich barkach, a od święta przełącza się na inny program. I wtedy wszyscy są zdziwieni – jak to możliwe, że nie pomyślała o zabraniu niezbędnych dokumentów, że mylą się jej strony świata i nie wie jaki jest przelicznik złotówki do pesety. Jak w ogóle mogła pomyśleć, że za nią ktoś pomyśli. I choć na chwilę ją zastąpi.

Dla samowystarczalnych – kobieta zrezygnowana. Po co czekać na dokręcenie kranu, wbicie gwoździa w ścianę, odłożenie narzędzi na właściwe, od dawna przypisane im, miejsce? Przecież nie są to czynności na tyle skomplikowane, żeby nie można było samej się z tym uporać. A ponieważ nic w przyrodzie nie ginie i nauka nie idzie w las, im częściej kobieta wymachuje młotkiem, lub dokręca krany, i dzielnie odnosi narzędzia, tym rzadziej mężczyzna podnosi się z fotela. Proszę, do czego doprowadził ten cały feminizm.

I tak można by mnożyć te historie z życia wzięte. Ale po co? Przecież od tego nikt nie stanie się mądrzejszy.

Capo di tutti capi

Raz w tygodniu odbywa się spotkanie kierowników poszczególnych działów. Nie wiem, po co tak często, ale to pomysł szefa i nie należy z nim dyskutować. Na wyżej wymienionych spotkaniach omawiamy dokonania z poprzedniego tygodnia i prezentujemy plany na następne siedem dni. Kiedy zaczęłam tutaj pracować, byłam pełna werwy i pomysłów. Lubię to, co robię, więc tworzenie nowych koncepcji sprawia mi przyjemność. Jednak pewnego dnia przestało mi się chcieć. Nie pracować, ale odzywać na naszych pracowniczych zebraniach. A wszystko z powodu pewnej powtarzalnej prawidłowości. Ile razy chcę coś powiedzieć, muszę mówić głośniej niż moi koledzy. I to bynajmniej nie dlatego, że są przygłusi. Kiedy już uda mi się przebić przez tłum tenorów, czeka mnie wywracanie oczami, chrząkanie, dyskretne spoglądanie na zegarek i mało dyskretne ziewanie. Na aplauz nie mam co liczyć. Natomiast może na niego liczyć kolega, który odzywa się tuż po mnie przedstawiając dokładnie mój pomysł, tylko trochę innymi słowami. Byłam jedyną kobietą na tych zebraniach. Na razie nikt nie zauważył mojej nieobecności. ■

Posłowie

To jeden z tych tematów, które można pominąć milczeniem i spokojnie żyć dalej. Dlaczego więc pojawia się, niczym zaproszony gość, na spotkaniach wszelkiej maści? Dlaczego pozwala się wałkować niemiłosiernie, nicować i rozdmuchiwać? A potem spokojnie odchodzi, by powrócić przy innej, oczywiście najbliższej, okazji? Na przykład jako temat artykułów (patrz tutaj), poradników, skeczy, dowcipów... No i w ogóle dlaczego tak wraca i wraca, skoro wszyscy wiedzą, że nikt już nie wymyśli w tej materii nic nowego.

Bo mężczyźni, w swojej bezradności, wciąż szukają sposobów przypodobania się kobiecie. Żeby ją zdobyć albo obłaskawić, ulżyć jej cierpieniu albo się zwyczajnie dostosować. Aż boli, że mając dostęp do wiedzy tajemnej, wciąż nie potrafią zrobić z niej użytku. I, nie ma co się łudzić, już chyba nie zrobią. Bo poza tym, że są doskonali, są również leniwi. O wiele łatwiej jest szukać pociechy w męskim gronie, stroniąc od trudnych pytań i kłopotliwych sytuacji. Zrozumieć kobietę to jak nauczyć się obcego języka. A w tym trzeba mieć interes. Jaki zaś można mieć interes w tym, żeby pojąć całą zmienność i złożoność kobiecej natury? Nadal więc mężowie będą kupować żonom perfumy, których one nie znoszą, nadal będą zapominać o ważnych (dla kobiety rzecz jasna) rocznicach, nadal będą przewracać oczami na widok kolejnej (niepotrzebnej przecież) pary butów. I najgorsze chyba – nadal będą patrzeć i nie widzieć, słuchać i nie słyszeć. ■

Mowa jest złotem

Mniej więcej trzy miesiące temu mój mąż wrócił z pracy jakiś dziwny. Próbowałam dowiedzieć się, co się stało, ale w odpowiedzi słyszałam tylko:

– Nie chcę teraz o tym rozmawiać!

Spróbowałam więc wieczorem. Po zadaniu około tysiąca pytań dowiedziałam się, że w pracy będzie test sprawdzający wiedzę pracowników i wszyscy są z tego powodu bardzo zdenerwowani. Powiedziałam mężowi, że przecież nie ma się czego obawiać, bo wie, co umie. Odpowiedź brzmiała:

– Mmmchmm...

– To czemu się martwisz? – zapytałam.

– Bo to jest stresujące...

– Ale dlaczego, przecież jesteś dobry w tym, co robisz...

– Mmmchmm...

– To, o co chodzi?

– Nic nie rozumiesz! Czy ty mogłabyś wreszcie przestać drążyć temat!!! Że też wy kobiety musicie wszystko analizować na wszystkie strony!

Przeszło mu po dwóch tygodniach. A po trzech miesiącach mąż powiedział wreszcie, dlaczego trzy miesiące temu był zestresowany. Chodziło o to, że to jego poproszono o ułożenie pytań do testu. Czy nie lepiej było wtedy to przegadać? ■

Zapraszamy na zakupy z kartą Profit:

DENI CLER, sklepy na terenie całego kraju – **8% zniżka** na wszystkie towary

MAX MARA, Warszawa, ul. Świętokrzyska 14 - **5% rabatu** na wszystkie towary

OLSEN COLLECTION, sklepy na terenie całego kraju – do **20% rabatu** na wszystkie towary

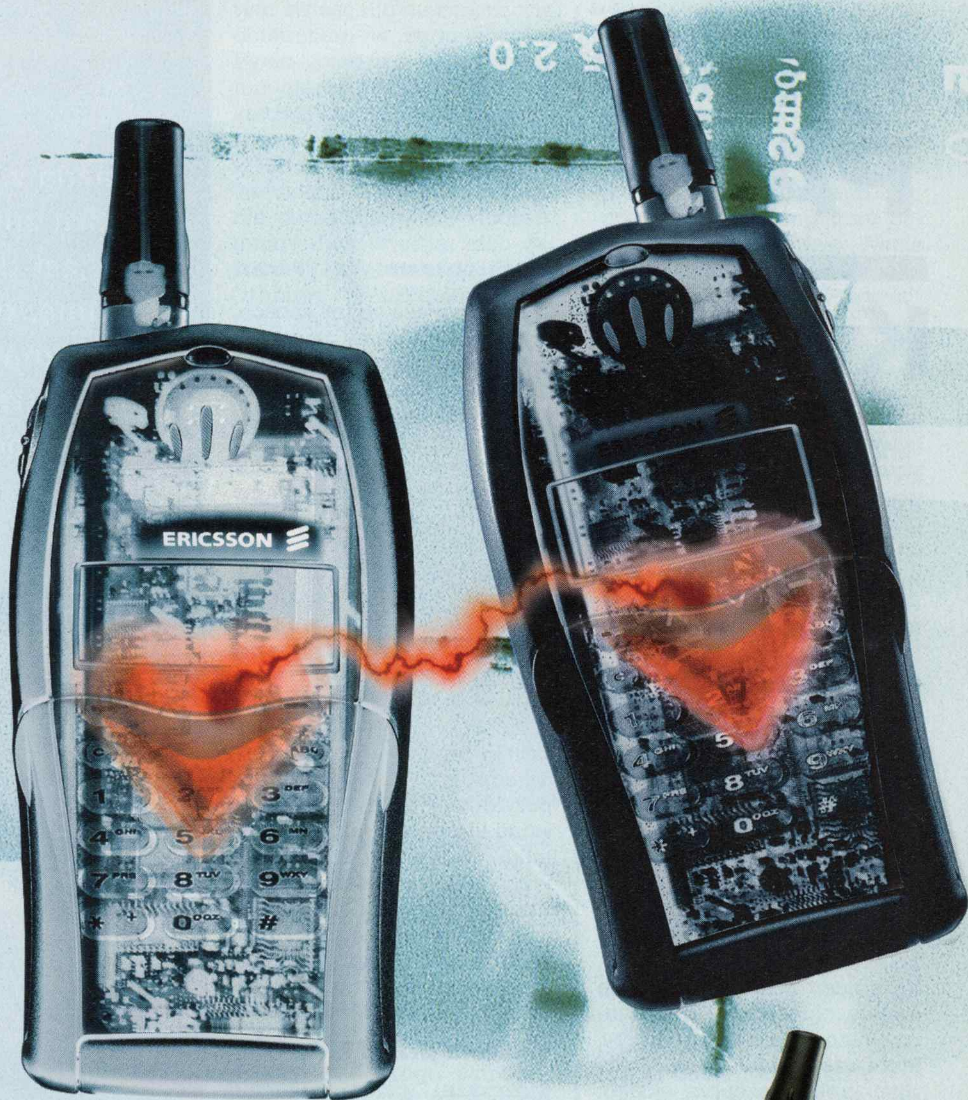
PALMERS, Warszawa: Galeria Mokotów, Reduta, Panorama – do **10% rabatu** na wszystkie towary

TOM TAILOR, sklepy na terenie całego kraju – do **20% rabatu** na wszystkie towary

*rabaty nie dotyczą towarów objętych inną promocją

Telefon programu: *300 (z tel. w sieci Idea), +48 501 400 300 (z dowolnego telefonu)

Najatrakcyjniejsza oferta



najtańsze sms-y 15 gr*

Co Druga Minuta GRATIS

Co Druga Minuta Gratis zaczyna działać po drugiej minucie połączenia

Jeśli wrzucimy do pudełka WAP, alarm wibracyjny, głosowe wybieranie numerów i ciekawe gry, nazwiemy to wszystko w 38 językach i przykryjemy aktywną klapką, otrzymamy niezwykły telefon Ericsson T20s. A jeżeli wybierzemy właściwego operatora, to w ofercie Idea Optima za taki telefon zapłacimy tylko 15 zł netto. Dodatkowo – oferta **Co Druga Minuta Gratis** oraz **najtańsze SMS-y już od 15 gr netto.**



Ericsson T20s

15,– netto

IDEA optima

optymalny wybór, niskie rachunki

* szczegóły oferty w punktach sprzedaży

www.idea.pl bezpłatna infolinia 0 800 123456

Nowe Tysiąclecie trwa już od jakiegoś czasu. Tymczasem my ze smutkiem zauważamy, że w naszym domu wszystko jest po staremu.

Tylko dla PAŃ

MAŁGORZATA WĘGRZECKA

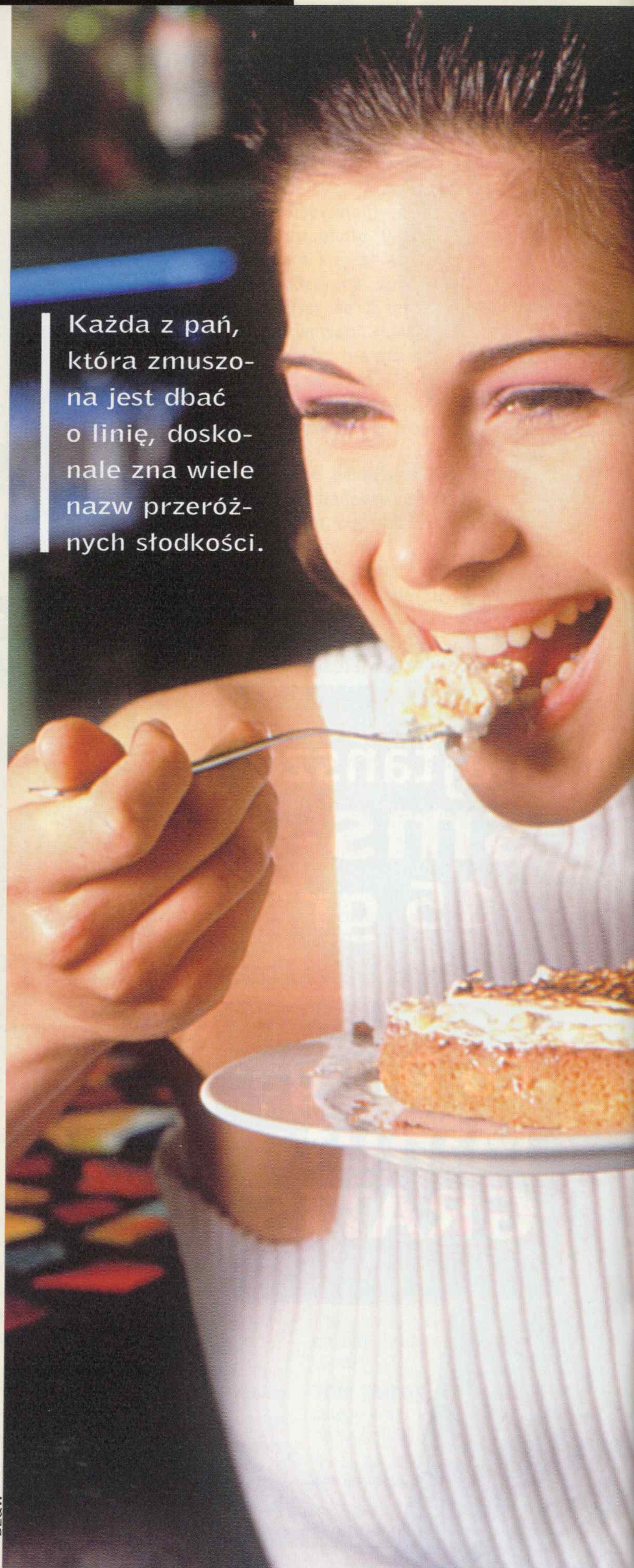
Koniec roku sprzyjał wprawdzie przeróżnym postanowieniom – mąż był wtedy, bardziej niż kiedykolwiek, skłonny obiecywać, że po pierwszym stycznia na pewno będzie więcej czasu spędzał z dziećmi, albo przestanie robić to, co od lat wyprowadza nas z równowagi. Ale przyszedł mityczny pierwszy stycznia, minął i... już po tygodniu najszlachetniejsze nawet postanowienia poszły w kąt. Nie pozostaje nam więc nic innego, jak wziąć sprawy w swoje ręce. Przecież to czy jesteśmy zadowolone zależy tylko od nas. Na zmiany nigdy nie jest za późno!

Słodka dyspensa

Lody z bitą śmietaną, tort makowy, naleśniki z serem i czekoladową polewą, drożdżówka z budyniem... Te pozornie zwykłe określenia, to w rzeczywistości natrętne zmory, które czekają na nas na każdym kroku i szepczą słodko: „zjedz mnie". Nie można spokojnie wejść do sklepu spożywczego, bo czają się tam gotowe do konsumpcji, jeszcze świeże, pączki, a jeśli nie one, to zawsze znajdzie się pudełko ptasiego mleczka, albo czekolada z bakaliami. Atakują wprost – same pchają się do koszyka. Są także bardziej wyrafinowane słodycze, które stosują walkę podjazdową. Polega ona na działaniu na podświadomość – nie kupujemy wtedy gotowych produktów, ale kompletujemy wszystko, co jest potrzebne na przykład do zrobienia szarlotki. A jakie są dla nas konsekwencje tych działań – oczywiście zbędne kilogramy. Ale to już przeszłość, bo przecież jest na to niezawodny sposób, czyli dieta. Możemy nawet dla dodania sobie otuchy, trawestować na własny użytek powiedzenie Shawa: „rzucanie palenia jest łatwe, robiłem to mnóstwo razy". My wszakże też nie pierwszy raz poddamy się rygorom diety. Poza tym mamy wspaniałą motywację – w nowym wieku z nową figurą. Powinna zadziałać (motywacja, nie – figura). Pamiętajmy jednak, że to my ustalamy datę wprowadzenia diety w życie. Zanim więc zaczniemy się katować niskokalorycznymi „delicjami" i omijać szerokim łukiem cukiernie, pozwólmy sobie na jeszcze jedną kremówkę, albo chociaż kilka babeczek śmietankowych. Nasza tusza przecież i tak, zgodnie z dietetycznym postanowieniem, już wkrótce zniknie, więc, jako skazaniec, ma prawo do ostatniego życzenia. Smacznego!

Kobieta przed ladą

Mężczyźni wciąż zarzucają nam, że za dużo wydajemy, zapominając, kto tak naprawdę sprawuje pieczę nad domowym budżetem. Doskonale rozumieją potrzebę kupna nowej wiertarki, która i tak wyląduje na pawlaczu. Godzą się nawet na zaspokojenie niektórych potrzeb dzieci, takich jak gra komputerowa, czy kolejna Barbie. Są jednak zakupy, po obejrzeniu których męska zdolność rozumienia całkowicie zanika. Należą do nich na przykład perfumy, nowe pantofle lub ten śliczny sweterek z angory. Mężowie reagują wtedy bardzo różnie, niestety większość tych zachowań nie ma nic wspólnego z aprobatą. Zdarzają się nawet sytuacje



Każda z pań, która zmuszona jest dbać o linię, doskonale zna wiele nazw przeróżnych słodkości.

BE&W

skrajne, kiedy rozrzutne winowajczynie mogą usłyszeć: „Wiesz, czasem mam wrażenie, że ty pamiętasz drogę do domu tylko dzięki sklepom. Gdyby je zamknęli to chyba w ogóle byś nie trafiła".

Znalezienie sensownej riposty na takie dictum nie jest łatwe. Pamiętajmy jednak, że chcemy, aby w Nowym Tysiącleciu coś się zmieniło, zrewanżujmy się więc w taki sposób, aby ta druga strona miała kłopoty z wymyśleniem mądrej odpowiedzi. Wystarczy powiedzieć: „Pieniądze są jak ziarno – trzeba je rozrzucać".

Czasem jednak to nie mężowie, ale kobiety same wpędzają się w poczucie winy z powodu wydawanych na swoje potrzeby pieniędzy. Najczęściej dzieje się tak wtedy, gdy, wiedzione impulsem, kupią na przykład jakąś bluzkę, a po powrocie do domu okazuje się, że nie mają jej do czego nosić. Na to też jest rada. Trzeba po prostu zmienić dotychczasowe przyzwyczajenia – począwszy od pierwszego dnia każdego miesiąca kupujemy najpierw stosowną spódniczkę lub spodnie, a dopiero potem bluzkę. I problem znika.

Rozrzutność i brak rozsądku w zarządzaniu finansami, to cechy najczęściej przypisywane kobietom.

Twoje oszczędności

Kiedy niewiele da się wysupłać z domowego budżetu, trzeba zastanowić się, czy nie lepiej poszukać oszczędności gdzie indziej. Pieniądze to wszelako rzecz nabyta i absolutnie nie mogą się równać z dobrami ponadczasowymi, jakimi są czas, spokój i komfort życia. I to o nie właśnie powinnyśmy zacząć dbać. Oszczędzanie wyżej wymienionych zaczynamy od trudnego zabiegu pozbycia się złudzeń. W tym celu przypominamy sobie ostatnie lata i wielokrotnie wypowiadane prośby: „kochanie, czy mógłbyś przepchać zlew", „proszę, napraw wreszcie ten kran w łazience", „Misiu, wywiercenie dziury w ścianie naprawdę nie zajmie ci całego popołudnia" itp. Przekonujemy się, kiedy, jeśli w ogóle, powyższe prośby zostały spełnione i stwierdzamy, ile na tym zyskałyśmy, a ile straciłyśmy. Nie dajemy się przy tym zwieść nic nieznaczącym obietnicom w stylu – „ależ Pysiu, przecież tyle razy ci mówiłem, że wszystko ma kiedyś swoje pięć minut", ponieważ a propos prac domowych mężczyźni tracą poczucie czasu. Kiedy już ostatecznie pozbędziemy się złudzeń, mamy dwa wyjścia: albo zabieramy się same do rzeczy (zrobimy to szybciej, lepiej i nie będziemy musiały zbierać porozkładanych wszędzie gwoździ, młotków i innych uszczelek), albo wzywamy fachowca. Wbrew pozorom w obu przypadkach oszczędności są ogromne.


BE&W

Łatwy zarobek

Wszyscy doskonale wiedzą, że podstawą dobrego samopoczucia jest optymistyczne spojrzenie na życie. Nie jest to postawa łatwa, ale przy odrobinie wysiłku, można znaleźć kilka pozytywów, nawet tam, gdzie na pierwszy rzut oka ich nie ma. Weźmy na przykład pod uwagę orientację statystycznego męża w terenie naszego domostwa. W skali od 1 do 10 wynosi ona pewnie około 3. Panowie wiedzą bowiem, gdzie jest kuchnia, łazienka, jadalnia, ich ulubiony fotel itd., natomiast kompletnie nie mają pojęcia, co znajduje się w szafie, gdzie leżą rachunki i jak znaleźć patelnię. Powyższy brak wiedzy nie jest problemem, kiedy pod ręką jest zawsze adresatka pytań: „gdzie jest mój paszport?", „widziałaś gdzieś ten mój granatowy krawat?", „dlaczego ty za każdym razem gdzie indziej stawiasz puszkę z herbatą?". Zniecierpliwiony wcześniejszymi poszukiwaniami mąż, po uzyskaniu odpowiedzi, dodaje najczęściej: „jak ty się w ogóle orientujesz w tym bałaganie?". Oczywiście wszystkie panie wiedzą, że o żadnym bałaganie mowy być nie może, bo go nie ma, i wiedzą, że nie pozostaje nic innego, jak, po raz nie wiadomo który, powtórzyć gdzie, co jest. Wcale nie musimy się na to godzić. Wystarczy napisać „Przewodnik domowy", w którym znajdą się wszystkie powyższe informacje. Będzie on w pewnym sensie umowny, bo przecież każda z nas inaczej urządziła mieszkanie, ale i tak stanie się dla panów niezastąpioną wskazówką, zwłaszcza w przypadku wyjazdu żony. I tak na przykład, otwierając rozdział „Łazienka – szafki", dowiedzą się, że można tam znaleźć m.in. szampon, mydło, płyn do kąpieli, a nie – rondel, ryż, kawę. Żeby znaleźć te ostatnie zajrzą do alfabetycznego indeksu na końcu i otworzą „Przewodnik" na właściwej stronie. Pierwsza z pań, która zechce napisać powyższą książeczkę, z pewnością bez trudu znajdzie wydawcę, a nakład w setkach tysięcy egzemplarzy, rozejdzie się jak świeże bułeczki. A na następny rok można już będzie dla wtajemniczonych przygotować wydanie rozszerzone, zawierające chociażby prosty opis, jak uruchomić pralkę, lub kuchenkę mikrofalową. Po prostu – przyjemne z pożytecznym.

To tylko kilka pomysłów zmian, które ułatwią nam życie w Nowym Tysiącleciu. Bez względu na to, w jakiej kolejności zaczniemy je wprowadzać, warto przynajmniej spróbować. A nuż się uda?!

Kobiety w PERSPEKTYWIE

Z Izabelą Jaruga-Nowacką, przewodniczącą Ligi Kobiet Polskich rozmawia Agnieszka Guzek

Profil: Każda kobieta ponad wszystko pragnie mieć dzieci, dobrze zarabiającego męża, siedzieć w domu i oglądając seriale czekać na niego z obiadem. Ten schematyczny obraz kobiety i jej roli w życiu przez lata funkcjonował w naszym społeczeństwie. Czy wchodząc w nową erę można powiedzieć, że te stereotypy są już poza nami?

Izabela Jaruga-Nowacka: Myślę, że nieaktualny i nieprawdziwy jest wizerunek siedzącej i czekającej na męża, żony, która martwi się, że obiad stygnie lub się przypala. Dla kobiet nigdy to nie było radością, a na pewno jest już przeszłością. Współczesne kobiety są wykształcone, mają bardzo wiele zainteresowań.

Obecnie w Polsce większość kobiet, ponad 80%, nie stoi przed wyborem, czy podjąć pracę zawodową, czy też nie. Warunki ekonomiczne powodują, że zarówno kobieta, jak i mężczyzna decydują się na pracę zawodową, na wspólne utrzymywanie domu. Choć trzeba podkreślić, że znacznie wyższe wymagania próbuje się stawiać kobietom niźli mężczyznom. Myślę, że ów obraz siedzących w domu kobiet opierał się na rzeczywistości minionych wieków, i to tylko rzeczywistości środowisk mieszczańskich oraz inteligenckich. A przecież społeczeństwo zawsze, w znacznej swojej większości, pracować musiało.

P: Macierzyństwo – to niezwykle często podkreślana rola kobiet. Dlaczego tak rzadko mówi się o rodzicielstwie? Czy mężczyźni włączają się w wychowywanie dzieci?

I.J-N: Większość ludzi, zarówno kobiet, jak i mężczyzn chce mieć dzieci. I jest to bezsporne. W Polsce niemal wszyscy deklarują, że rodzina jest największą wartością. W rodzinach inteligenckich właściwie już od lat 70. ojcowie bardzo chcieli włączyć się w wychowywanie dzieci. Byli to tzw. dżinsowi tatusiowie. Podkreślam – chcieli – bo w okresie PRL-u nie w pełni było to możliwe. Wówczas, odbierając mężczyznom wiele praw, powierzono kobietom pracę na dwóch etatach. Mężczyźni nie mogli na przykład opiekować się swoim chorym dzieckiem. Zarabiali około 20-30% więcej niż kobiety, stąd też ich absencja w pracy znacznie więcej kosztowała pracodawcę i państwo. Również pierwsze lata demokracji nie przyniosły zmian i dopiero w połowie lat 90. mężczyźni zyskali prawo do opieki nad chorymi dziećmi. W Polsce zakłada się, że dziecko jest sprawą wyłącznie kobiet. Zapomina się, że mężczyźni także mają dzieci i wynikające z tego obowiązki. Dlatego tak istotną sprawą było zrównanie praw obojga rodziców. Oczywiście nadal, to przede wszystkim kobiety korzystają z urlopów wychowawczych, czy też opiekują się chorymi dziećmi, ale jest to kwestią wyboru, partnerskiego podziału obowiązków w małżeństwie.

P: Jednak ciąża kobiety nie jest dobrze widziana i wciąż budzi niechęć pracodawcy.

I.J-N: Wśród ogółu bezrobotnych ponad 60%, to młode, wykształcone kobiety. Rezygnuje się z tego dobrze wykwalifikowanego pracownika, dlatego, że jest kobietą. Mówi się o tym, że są to prawa wolnego rynku – pracodawca ma prawo wybierać. Jednak w krajach, gdzie demokracja ma znacznie dłuższe tradycje, istnieją pewne mechanizmy zabraniające dyskryminowania kobiet na rynku pracy. Pracodawcy nie wolno zadawać pytań dotyczących życia rodzinnego. To niepokojące, że w społeczeństwie, które tak wielką rolę przywiązuje do tradycji rodziny, macierzyństwo jest tak źle widziane przez pracodawców. Większość z nich stara się uniknąć zatrudniania kobiet w ciąży. Można apelować o pewien solidaryzm społeczny, ale pracodawca zawsze będzie miał na myśli przede wszystkim swój własny interes ekonomiczny. I to jest bardzo naturalne. Dlatego w sytuacji tak dużej konkurencyjności rynkowej obligatoryjny urlop macierzyński uważam za nieporozumienie. Narzucając długość tegoż urlopu nie bierze się pod uwagę złożoności problemu oraz indywidualnych potrzeb kobiet. Nie zawsze kobiety potrzebują aż pół roku, żeby ponownie wrócić do pracy. Tego typu decyzje powinny leżeć w ich gestii. Z drugiej strony pracodawca nie może naciskać kobiety, aby przerwała urlop macierzyński. Problem byłby rozwiązany, gdyby koszty związane z urlopem macierzyńskim ponosiło państwo, a nie pracodawca.

P: Kiedyś samotne macierzyństwo wyrzucało kobietę poza nawias rodziny i najbliższego otoczenia. Czy dziś społeczeństwo akceptuje samotne matki?

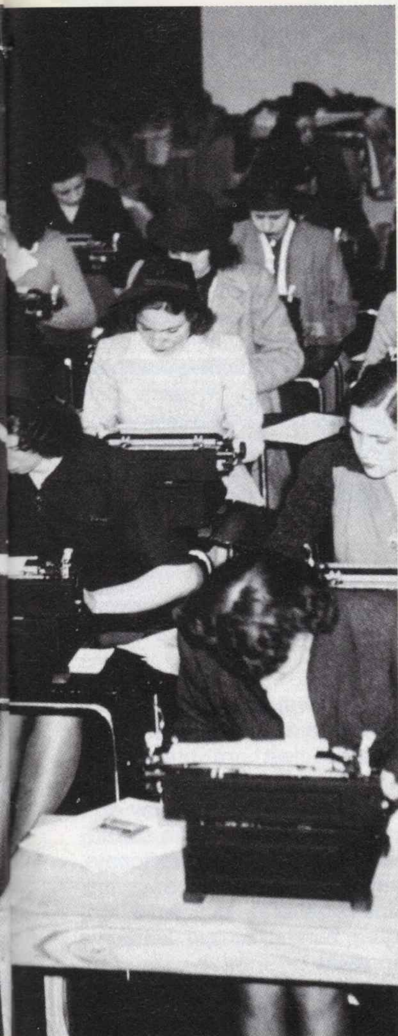
I.J-N: Kobiety, które świadomie decydują się na samotne macierzyństwo na ogół są w stanie sprostać czekającym je obowiązkom. Natomiast pośród samotnych matek, ich zdecydowana większość nie stanęła przed takim wyborem. Są samotne z powodu różnych dramatów życiowych. W Polsce około 1 300 tys. dzieci wychowują samotne matki. Nie jest to mała liczba, zatem problem samotnego macierzyństwa nie jest marginalny. Dzisiaj respektowanych jest bardzo niewiele ulg, przepisów prawnych, które powstały z myślą o nich. Wciąż dominuje podejście – jeżeli chciałaś mieć dziecko, to sobie teraz jakoś radź. Trzeba włożyć wiele pracy i wysiłku, żeby zmienić naszą mentalność.

P: Do kobiet skierowane są seriale-tasiemce oraz programy telewizyjne i prasa, które wypełnione są poradami dotyczącymi wychowania dzieci, mody, urody oraz ploteczkami z wielkiego świata. Wyłania się zatem obraz współczesnej kobiety o dość ograniczonych horyzontach.

I.J-N: Przyzwyczajono się pokazywać kobiety bez tej sfery duchowo-intelektualnej, prezentując obraz idealnej gospodyni domowej lub atrakcyjnej kobiety cieszącej się luksusem. Oba te wizerunki bardzo dalekie są od rzeczywistości. Przez długi czas od kobiet oczekiwało się przede wszystkim pewnej atrakcyjności fizycznej. Telewizja i prasa odwołują się do tych oczekiwań i określają kanony kobiecej urody, dyktując kobietom, jak mają wyglądać, w co się ubierać, itd. Ale odnoszę wrażenie, że obecnie również od mężczyzn ocze-


BE&W

kuje się określonej sylwetki, prezencji. Myślę, że to jest nowe – dobre – zjawisko w naszej kulturze. Niemniej obrazy ukazujące kobiety otoczone luksusem bardzo dalekie są od polskich realiów i kobiety sięgają po nie, zazwyczaj po to, aby uciec w świat marzeń. Natomiast tematyka poradnikowa pomaga kobietom wywiązać się z przypisanych im ról – matki i żony. To bardzo smutne, że pisma kobiece nie podejmują na swoich łamach głębszych tematów, nie umieją znaleźć lekkiej formy dyskutowania o istotnych sprawach społecznych.



P: Biznes women, kobiety, które stawiają na niezależność, idą drogą kariery zawodowej nikogo już nie zaskakują na zachodzie. Tymczasem w Polsce spektakularny sukces zawodowy odniosło niewiele pań. Wydaje się, że dopiero przecierają szlaki. Jeżeli nawet uda im się zająć wysokie, prestiżowe stanowisko, to i tak ich dochody nie są współmierne z zarobkami mężczyzn.

I.J-N: Paniom stawia się wyższe wymagania. Kiedy premierem była Hanna Suchocka wielokrotnie podkreślano, że to stanowisko zajmuje właśnie kobieta. To podkreślanie świadczyło o tym, że jest to niezwykle rzadkie zjawisko. Sfera publiczna nie tylko jest reprezentowana przez mężczyzn, ale także przez nich jest zorganizowana. Kobieta biznesu funkcjonuje w świecie, gdzie panują obyczaje narzucone przez mężczyzn. Musi pokonać barierę niechęci i być tak naprawdę dwu, trzykrotnie lepsza od mężczyzny, żeby zapracować na zaufanie i dochody zbliżone do zarobków mężczyzn. A i tak często zwycięża podejście: „Baba nami rządzić nie będzie". I nie można obwiniać o ten stan rzeczy wyłącznie mężczyzn. Kobiety same, bardzo często wybierają na swojego reprezentanta mężczyznę, decydując się na stanowisko wice. W środowiskach wykształconych to podejście powoli się zmienia, ale zmienić się muszą również kobiety.

P: Kobiety, które podążają ścieżkami kariery zawodowej bardzo często są samotne. Czy mężczyźni unikają związków z kobietami sukcesu?

I.J-N: Coraz więcej jest małżeństw partnerskich, małżeństw, które dzielą między siebie obowiązki i nie stoją sobie wzajemnie na drodze do sukcesu. Wręcz przeciwnie, wspierają się wzajemnie w swoich dążeniach, ambicjach zawodowych. I to jest wspaniałe. Nie można także zapomnieć o kobietach, które odkładają na bok swoje plany i marzenia pracując na sukces mężczyzny. O nich się jednak nie mówi, pozostają w cieniu swoich mężów. Większość mężczyzn koncentrując się na swojej pracy szuka partnerki, która przejęłaby inne, pozazawodowe, zajęcia na siebie. Kobieta, która ma większe aspiracje nie zgodzi się na taki układ, będzie dążyła do partnerskiego podziału obowiązków. Równowaga ekonomiczna w rodzinie, to bardzo zdrowa sytuacja. Kobiety, które nie pracują lub też zarabiają znacznie mniej niż mężczyźni zazwyczaj pozbawione są prawa decyzyjności. Muszą się podporządkować, bo taka jest rola osoby zależnej finansowo.

P: Molestowanie w miejscu pracy, to wciąż temat tabu. Jak polska kobieta ma sobie radzić z tym problemem?

I.J-N: Bardzo się cieszę, że ten problem coraz częściej podnosi się w publicznych dyskusjach. Ogłoszenia typu: „Poszukuję do prac biurowych atrakcyjnej blondynki w wieku do 25. lat", to pierwszy niepokojący sygnał. Oczekuje się od pań nie umiejętności, ale atrakcyjnego wyglądu. Ktoś by powiedział – nie interesujcie się takimi ogłoszeniami, lub też – pracodawca ma prawo określać swoje wymagania. Rzeczywistość jest jednak taka, że ten kto ma pieniądze i władzę dyktuje warunki. Nie ukrywam – wiele pań z radością podporządkowuje się tym regułom zapominając, że przekreślają swoją szansę na dalszy rozwój zawodowy.

W zasadzie jedynym sposobem poradzenia sobie z molestowaniem w miejscu pracy jest droga sądowa. Trzeba mieć jednak bardzo dużą odporność psychiczną, żeby taką decyzję podjąć i wytrwać w niej do końca.

P: Kolejnym „niewygodnym" tematem jest przemoc w rodzinie. Choć trzeba przyznać, że coraz więcej zaczyna się mówić o sytuacji kobiet i dzieci w rodzinach patologicznych. Przeprowadzono nawet kampanię społeczną, w której przedstawiono obraz pobitej kobiety z podpisem „Bo zupa była za słona". To wiele mówi, ale czy to jest właściwa droga edukacji społeczeństwa?

I.J-N: Uważam, że była to bardzo udana kampania reklamowa. Reklama ma to do siebie, że często ubiera się w kontrowersyjne formy przekazu, ale miarą sukcesu jest jej dostrzeżenie. A ta kampania społeczna została zauważona i stała się przyczyną wielu dyskusji. W Polsce panuje powszechne przyzwolenie na bicie. Najpierw o przemocy dowiadują się sąsiedzi, ale nie reagują, bo to jest czyjaś prywatna sprawa. Później wkracza policja, i też mówi – to jest ich prywatna sprawa. Dlatego w Lidze Kobiet Polskich podjęliśmy akcję „Razem przeciw przemocy". Realizujemy ją w różnych miejscowościach, środowiskach lokalnych. Chodzi nie tylko o to, żeby kobieta miała świadomość, że mąż nie powinien jej uderzyć. Przede wszystkim to mąż, sąsiedzi, policja muszą wiedzieć – przemoc to przestępstwo. A warto w tym miejscu podkreślić, że problem przemocy w rodzinie nie ogranicza się tylko do rodzin patologicznych. To problem, który pojawia się w każdej warstwie społecznej.

Rodzina, to jest słowo, które niesie dla mnie może nie same przyjemne, ale pozytywne treści. Natomiast, kiedy mąż bije żonę czy dzieci, trudno jest mówić o rodzinie. Kobieta powinna uciekać od agresora, dlatego nie godzę się ze stwierdzeniem – w imię jedności rodziny kobiety powinny wiele znosić. Pewnych rzeczy nie można przemilczeć. Problem przemocy, to kwestia zmiany świadomości społeczeństwa.

P: Kobiety polskie nie mają jeszcze takich praw, z jakich korzystają kobiety w krajach z długą tradycją demokratyczną. Jak Pani sądzi, czy w najbliższych latach możemy spodziewać się zmian?

I.J-N: Demokracja pozwala nam otwarcie mówić o problemach, które do tej pory były sztucznie ukrywane. I to jest bardzo cenne. Obecnie toczą się dyskusje o prawach kobiet w kontekście wejścia Polski do Unii Europejskiej. To sygnał, że zmiany są nieuchronne, a ich tempo będzie dyktowało prawo. Dlatego tak istotna jest znajomość prawa i jego egzekwowanie. Prawo, nie tylko kobiet, jest dla Polski kluczową kwestią. Nie można pominąć jego kulturotwórczej roli. Dostrzegam i doceniam różnice wynikające z płci, ale myślę, że poczucie potrzeby równości prawa wobec kobiet i mężczyzn jest bardzo silnie związane z jakością demokracji. ■

Cyfrowa biblioteka

PAWEŁ PIASECKI

LANGMASTER ANGIELSKI W AKCJI

Znakomita pomoc dla osób, które chcą poznać „żywy" język angielski.



Programy z serii LangMaster (www.langmaster.pl) English in Action (Angielski w akcji), których polskim dystrybutorem jest firma DD Komputery, były już prezentowane na łamach „Profil-u". Okazją, by powrócić do tej ciekawej propozycji edukacyjnej jest wydanie całego cyklu w jednym pakiecie.

Seria „Angielski w Akcji" opiera się na autentycznych rozmowach ze znanymi osobami, zarejestrowanymi przez brytyjską telewizję SkyNews. Bohaterami poszczególnych części cyklu są biznesmeni, politycy, sławni pisarze, gwiazdy filmowe i muzyki pop, a także angielska rodzina królewska. Oczywiście, oprócz zapisu rozmów, znajdziemy tu szereg ćwiczeń, umożliwiających efektywną pracę nad tekstem. Program jest wyposażony w system rozpoznawania mowy oraz słuchawki z mikrofonem. Łącznie w zestawie znajdziemy siedem płyt, gdyż do cyklu „Angielski w akcji" dołączono krążek z demonstracyjnymi wersjami innych programów LangMastera.

„Angielski w akcji" został wyróżniony przez czytelników „PC Word Komputer" w konkursie Produkt Roku 2000.

ENGLISH+ 2.0

Jeden z najpopularniejszych w Polsce programów do nauki angielskiego w nowej szacie graficznej.



Całość kursu „English+" obejmuje 10 płyt i jest do nabycia w jednym pakiecie („One P@ck") lub w postaci trzech zestawów odpowiadających kolejnym poziomom znajomości języka: podstawowy (3 płyty), średnio-zaawansowany (3 płyty) i zaawansowany (4 płyty).

Kurs „English+" obejmuje łącznie ponad 300 lekcji, zawiera też kompendium gramatyczne i obszerny udźwiękowiony słownik angielsko-polski. Program wyposażony jest w funkcję rozpoznawania mowy, a ponadto użytkownik może połączyć się z Internetem.

Kurs podstawowy zapoznaje z prostymi strukturami gramatycznymi i słownictwem z 30 różnych bloków tematycznych, np. „Pierwsza randka", „Wyjazd za granicę", „Zrób to sam", „Podejmowanie gości". Na poziomie średnio-zaawansowanym wprowadzane są bardziej złożone problemy gramatyczne (m.in. tryby warunkowe i mowa zależna) oraz słownictwo z kolejnych bloków tematycznych. Swobodne, czynne posługiwanie się językiem angielskim nie nastręczy trudności uczniom, którzy ukończą kurs dla zaawansowanych.

REPORTER: MOJE PIERWSZE SPOTKANIA Z MEDIAMI

Program, który oswaja młodych odbiorców ze światem mediów.



„Reporter", przygotowany w polskiej i angielskiej wersji językowej, adresowany jest do dzieci w wieku 6-15 lat. Dzięki dwóm poziomom trudności, młodszym odbiorcom pomaga w kształceniu umiejętności czytania i pisania, natomiast dzieciom starszym pozwala posmakować dziennikarskiego fachu.

Korzystając z programu, dziecko zdobędzie podstawowe informacje o prasie, radiu, kinie i telewizji. Dowie się, co należy do obowiązków redaktora naczelnego, sekretarza redakcji, fotoreporterów, pozna strukturę redakcji, pracę agencji prasowych i drukarni. W słowniku znajdzie wyjaśnienie ok. 30 haseł z zakresu teorii mediów (np. notatka prasowa, wywiad, klip reklamowy). Program zawiera też wypowiedzi czołowych polskich reporterów (m.in. Ryszarda Kapuścińskiego i Melchiora Wańkowicza), a także tematyczne galerie zdjęć.

Użytkownik znajdzie w menu szereg narzędzi pomocnych w przygotowaniu profesjonalnie wyglądającej gazety: szablony, kroje czcionek, biblioteki ilustracji, w tym fotografie, mapy, komiksy itp. W sekcji „Baw się" dla młodych graczy przygotowano m.in. interaktywny kreator opowiadań i zabawę w układanie nagłówków.

ZIELONE ŚWIATŁO

Zasady ruchu drogowego dla dzieci w wersji multimedialnej.

Program „Zielone Światło. Zasady ruchu drogowego dla dzieci", wydany przez Onet.pl SA – Oddział OPM, ma szansę wnieść znaczący wkład w tzw. wychowanie komunikacyjne naszych pociech. Przygotowuje dzieci do udziału w prawdziwym ruchu drogowym, ucząc zasad bezpiecznego poruszania się po jezdni i prawidłowego zachowania w różnych sytuacjach.

Program nie jest oczywiście nudnym wykładem kodeksu drogowego, choć zawiera wszystkie wiadomości potrzebne, by zdać egzamin na kartę rowerową (są też pytania wzorowane na autentycznych zadaniach egzaminacyjnych). Dziecko porusza się po barwnym, wesołym miasteczku, odwiedza kino, gdzie dowiaduje się, jak zbudowany jest rower oraz poznaje znaczenie i funkcje znaków drogowych, a także szkołę, w której rozwiązuje zagadki. Jedną z atrakcji „Zielonego światła" jest gra planszowa, w której rywalizacja toczy się o tytuł mistrza przepisów drogowych. Program jest starannie opracowany graficznie, zawiera ponad 100 animacji, ilustracje oraz puzzle, z których można ułożyć kolorowe mozaiki.

„Zielone światło" ma rekomendacje MEN oraz pozytywną ocenę Komendy Głównej Policji.



Intensywnie rozwijające się serwisy kobiece oraz familijne są dowodem, że wśród buszujących po stronach www internautów pań nie brakuje.

W sieci damą być...

PAWEŁ PIASECKI

Najstarszy serwis kobiecy w polskiej sieci Kobiety Online (**www.kobiety.pl**) istnieje od 1997 r. Został założony przez nauczycielkę informatyki Halinę Kustosz, wyróżnioną w ubiegłym roku przez Avon Cosmetics Polska prestiżowym tytułem „Kobieta przedsiębiorcza 2000". Serwis, promujący osiągnięcia pań jest obecnie częścią portalu TP Internet (**www.portal.pl**).

Znajdują się w nim informacje o wszelkich obszarach aktywności zawodowej pań, a także o ich organizacjach. Szczególnie godny polecenia jest dział „Zdrowie", w którym omawiane są zarówno problemy wieku dojrzewania i macierzyństwa, jak i zagadnienia związane z profilaktyką HIV/AIDS i raka piersi, a także „lżejsze" tematy, np. zdrowe żywienie. Panie na pewno nie pominą działu poświęconego urodzie i jej pielęgnacji, prowadzonego we współpracy z Centrum Kosmetologicznym i serwisem **wizaz.pl**.

Sekrety kobiet

Wśród polskich internautek dużym powodzeniem cieszą się również Sekrety Kobiet (**www.sekretykobiet.pl**), serwis Polskiego Domu Wydawniczego, wydawcy dwutygodnika „Kobieta i Życie" oraz miesięczników „Pani", „Uroda", „101 porad". Znajduje się tu wiele porad dotyczących zdrowia i urody oraz diet (zapracowanym paniom polecamy dietę księżycową).

Dla kobiet, które mają zamiar założyć własny biznes powstał dział „Mała firma". Sekrety kobiet, to także codziennie nowy horoskop i dowcip, możliwość wysłania sekretnej e-kartki, odwiedzenia wirtualnej kawiarenki, czy poznania wyników „Sekretnej Sondy". Miejscem do stałych rozmów na żywo jest dział „101 Tematów". Natomiast w „101 Pytaniach" odbywają się spotkania ze znanymi i lubianymi osobami. Gośćmi czatu były m.in. Monika Richardson, Agata Młynarska, Krystyna Janda, Hanna Bakuła i Beata Tyszkiewicz.



Garść porad

Szeroką gamę informacji i porad znajdą internautki w niedawno uruchomionym serwisie Wirtualnej Polski – **kobieta.wp.pl**. Można tam przeczytać wywiady z aktorami, dziennikarzami, muzykami oraz felietony o kobietach autorstwa Jolanty Fajkowskiej i Andrzeja Nejmana. W dziale „Ciało" omawiane są zasady pielęgnacji skóry oraz dbania o zgrabną sylwetkę, a jednym z podstawowych zaleceń jest oczywiście prowadzenie aktywnego trybu życia i uprawianie sportów. Jak radzić sobie ze stresem? Na te i inne pytania odpowiadają w dziale „Dusza" psychologowie i psychoterapeuci. Pod hasłem „Wiedza" internautki znajdą wiele praktycznych porad prawnych, informacje o lokatach terminowych, bankach, zakupach on-line, a także krótki samouczek internetu. W serwisie kobieta.wp.pl nie mogło też zabraknąć rozrywki – psychozabawy, plotki, horoskop, informacje o lekturach, filmach, wystawach itp.



Czytaj i dyskutuj

Uruchomiony w październiku ubiegłego roku przez Easy Net serwis **JaKobieta.pl** stanowi niejako informacyjne „zaplecze" sklepu internetowego GaleriaCentrum.com. Jest to kompendium wiedzy adresowane, jak mówią autorzy: „do nowoczesnej i odważnie podejmującej nowe wyzwania kobiety". Na stronie głównej znaleźć można tzw. edytorial oraz najbardziej interesujące artykuły. Serwis oferuje takie działy jak: „dobry wygląd", „zdrowe życie", „kultura i wypoczynek", „życie codzienne", „mój dom". Można tu także znaleźć porady prawników i ekonomistów. Poruszanie się po serwisie ułatwia specjalnie przygotowana mapa, wyszukiwarka i ranking najciekawszych artykułów. Internautki mają możliwość recenzowania i opiniowania każdego tekstu, co daje redaktorom serwisu pełniejszą wiedzę o ich poglądach i zainteresowaniach. Wśród autorów piszących dla JaKobieta.pl znaleźli się m.in.: felietonistka „Wprost" Małgorzata Domagalik, projektantka Joanna Klimas, instruktorka aerobiku Mariola Bojarska-Ferenc, znawca kuchni Maciej Kuroń, seksuolog profesor Zbigniew Lew-Starowicz, psychoterapeutka Izabella Zaremba oraz mecenas Hanna Laszuk.

Lekarz radzi

Nie tylko kobietom – ale im najbardziej – przyda się serwis **bajbus.pl**, internetowy poradnik dla przyszłych i ledwo upieczonych rodziców. Serwis ma cztery główne działy. W „Zanim zajdziesz" znajdują się oczywiście informacje o różnych metodach



antykoncepcji, a także m.in. o zapłodnieniu „in vitro" i chińskiej metodzie planowania płci. Ponadto umieszczono tu wiele cennych informacji na temat problemów, które mogą pojawić się w czasie ciąży. Metody porodu oraz kwestie depresji poporodowej opisano w dziale „Rodzisz". Natomiast „Małe dziecko" poprowadzi rodziców przez pierwszy rok życia ich pociechy. Bardzo przydatną częścią serwisu jest „Katalog" zawierający m.in. ponad 250 odpowiedzi lekarzy na pytania zadawane głównie przez przyszłe matki; warto też zajrzeć na forum użytkowników.

Większość firm internetowych – nawet te opierające swoje biznesplany na solidnych podstawach – przechodzi ostatnio ostry kryzys. Ich kursy giełdowe gwałtownie zniżkują, co przyprawia o bezsenność nie tylko inwestorów, ale także specjalistów z branży marketingowej i reklamowej.

E-marketing na rozdrożu

Paweł Piasecki

Sporo szumu narobiła ostatnio w światku marketingowym książka Marka Braunsteina i Edwarda H. Levine'a „Deep branding On The Internet". Jej autorzy podejmują polemikę z poglądami głoszącymi, że Internet może samodzielnie i radykalnie przyspieszyć tworzenie naprawdę mocnych marek (deep brands). Mianem „głębokich" autorzy określają marki, które są mocno zakorzenione w świadomości konsumentów. Volkswagen „garbus" jest jedną z najtrwalszych marek: mimo dwudziestoletniej przerwy w jej obecności na rynku pokolenie „baby-boomers" rzuciło się na VW New Beetle, gdy tylko samochód pojawił się w sprzedaży.

Skoro budowanie mocnych marek zabiera lata, a nawet dziesięciolecia, marki internetowe trudno uważać za „głębokie". Tylko nieliczne z nich zbliżają się do osiągnięcia tego statusu. Na przykład Amazon.com, decydując się na szeroką ekspansję (firma, zaczynająca jako wirtualna księgarnia, sprzedaje obecnie wszystko, od książek i płyt po zabawki i narzędzia elektryczne), musi liczyć się z dużymi trudnościami przy umacnianiu marki, jak również z poważnymi kosztami procesu w przeliczeniu na jednego klienta.

Na marginesie działań marketingowych

Internet nie jest tak naprawdę przydatny, dowodzą Braunstein i Levine, na wczesnym etapie budowania marek. Sprawdza się natomiast jako narzędzie „pogłębiania" marek, które już są powszechnie rozpoznawane: pomaga wzmacniać więzi z konsumentem lub zapewniać mu szerszy zakres obsługi. W przypadku tak zwanych „super brands" – na przykład Marlboro czy Nike – Internet traktowany jest jedynie jako uzupełnienie głównego nurtu działań marketingowych. Specjaliści z branży wolą nie podważać sprawdzonej formuły „supermarki" i traktują sieć jako odrębny poligon doświadczalny. Niektóre strony internetowe słynnych marek, na przykład Budweisera (www.budweiser.com), projektowane są z założenia w lekkim, nawet nieco kontrowersyjnym stylu.

Katalogi wciąż przydatne

U zarania ery handlu w Internecie nowe firmy przechwalały się, że ich narzuty będą mniejsze w porównaniu z tradycyjnymi detalistami; w cyberprzestrzeni będzie można bowiem obejść się bez kosztownych narzędzi sprzedaży stosowanych w „starej" gospodarce. Przed ostatnim okresem wielkiej gorączki w internetowym handlu detalicznym (Boże Narodzenie 2000 r.) stało się jednak coś, co jeszcze rok temu wydawało się absurdem: „papierowe" katalogi e-detalistów zaczęły masowo trafiać do skrzynek pocztowych konsumentów. Mniej więcej połowa tych firm umożliwia zresztą skorzystanie z bezpłatnej infolinii 0-800, a zatem całkowite pominięcie strony internetowej. Nawet Amazon.com rozsyła folder wypełniony fotografiami z ofertami sklepu. Jeff Bezos, szef największego e-detalisty, odrzuca jednak sugestie, że w wykorzystywaniu przez jego firmę katalogów kryje się ironia; podkreśla, że chodzi po prostu o narzędzie marketingowe, mające ściągnąć klientów na stronę internetową.

„Czysto internetowe przedsięwzięcia są dziś w zaniku" – mówi H. Robert Wientzen, prezes i dyrektor zarządzający Amerykańskiego Stowarzyszenia Marketingu Bezpośredniego. „Dotcomy" zaczynają upodabniać się do typowych firm marketingu bezpośredniego. Ta zmiana nie jest zaskakująca – wraz z nadejściem ciężkich czasów wiele firm idzie za poradą branżowych ekspertów: ewolucja zwiększa szansę na przetrwanie.

Katalogi mają istotną zaletę w porównaniu z opisami produktów zamieszczanymi w Internecie: są na ogół przetrzymywane w domu przez wiele dni, w odróżnieniu od poczty elektronicznej, która bywa usuwana niemal natychmiast. Pomagają więc e-detalistom budować świadomość marki. „[Drukowany] katalog jest inny, ponieważ można poflirtować z odbiorcą" – uważa Martin McClanan, szef sprzedającego luksusowe prezenty sklepu RedEnvelop, który w lutym 2000 r. jako jeden z pierwszych e-detalistów zaczął rozsyłać katalogi. Katalog RedEnvelope używa języka, którego internauci nie mieliby czasu zgłębiać; na przykład reklama kostki kąpielowej o zapachu różanym zaczyna się tak: „O Kleopatrze mówiono, że kąpała się w płatkach róży".

Warto zresztą zauważyć, że marketing bezpośredni i e-handel detaliczny mają ze sobą wiele wspólnego, włą-



Specjaliści z branży marketingowej i reklamowej muszą ponownie zastanowić się, jak wykorzystać Internet, aby efekywnie wzmacniać świadomość marek i zwiększać sprzedaż.

BE&W

czając w to centra dystrybucyjne i przedstawicieli zajmujących się obsługą klienta. Firmy katalogowe należały do pierwszych tradycyjnych detalistów, sprzedających przez Internet i osiągnęły w tej działalności jeden z najwyższych w branży wskaźników zysku.

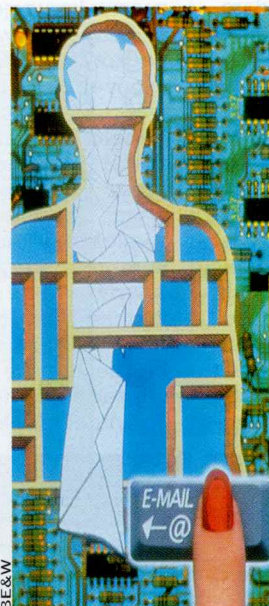
Strategie gigantów

Internetowe strategie modyfikują także wielkie koncerny z branży dóbr szybko zbywalnych (FMCG). W przemówieniu wygłoszonym w październiku br. na konferencji Internet World, Charles Strauss, prezes i dyrektor zarządzający Unilevera w USA, powiedział: „Dowiadujemy się od konsumentów, że korzystanie z Internetu interesuje ich głównie ze względu na wartości dodane, jakie to medium oferuje (...); zakupów wolą natomiast dokonywać poprzez normalne kanały sprzedaży detalicznej". Firma będzie zatem trzymać się z dala od reklamy banerowej w Internecie, nie zamierza też wspierać „nadmiernej konsumpcji" poprzez wykorzystanie e-kuponów rabatowych. Internetowa działalność Unilevera skoncentruje się na budowie więzi z klientami. Ma temu służyć przede wszystkim serwis internetowy Substance.com, uruchamiany obecnie w ramach wartego 200 mln USD joint venture stworzonego razem z iVillage, jednym z najpopularniejszych w USA portali kobiecych. Nowy serwis będzie rozwinięciem istniejącego w iVillage kanału tematycznego, który w lipcu 2000 r. znalazł się na czele rankingu amerykańskich stron www poświęconych urodzie, a w sierpniu odnotował 23% wzrost liczby odwiedzin. Substance ma zaoferować „gamę interaktywnych, spersonalizowanych usług on-line oraz rekomendacje produktów z dziedziny urody i higieny". Innym internetowym przedsięwzięciem Unilevera jest recipesecrets.com, które oferuje m.in. planowanie posiłków dostosowanych do indywidualnych potrzeb konsumentów.

Badania fokusowe w sieci

Kolejny potentat z branży FMCG, Procter & Gamble, jest jednym z liderów w dziedzinie wykorzystywania Internetu do badań rynkowych. Internauci odwiedzający stronę www koncernu mogą uczestniczyć w forum, na którym wymieniane są opinie i oceniane pomysły zmian dotyczących szerokiego spektrum produktów firmy. Forum zarządzane jest przez Recipio, dostawcę aplikacji umożliwiającej interaktywne sesje z udziałem użytkowników sieci. Markowi Scharowi, wiceprezesowi i-Ventures w P&G, podoba się „bezpośredniość i struktura" informacji uzyskanych w trakcie takiego internetowego badania konsumentów. „Można dokładnie przyjrzeć się, jak konsumenci reagują na dany pomysł i otrzymać natychmiastową informację zwrotną dotyczącą tego, co im się podobało, a co nie". Brak kontaktu „twarzą w twarz" – często uważany za główną wadę internetowych grup fokusowych – w rzeczywistości okazać się może zaletą: żadna osoba nie jest w stanie zdominować dyskusji on-line, a ludzie chętniej wyrażają szczerze swoje opinie. Informacja zwrotna – podkreśla Schar – pochodzi ponadto nie od przypadkowych osób, ale od najbardziej lojalnych użytkowników produktów firmy, „ambasadorów marek".

Reklama prowadzona za pośrednictwem poczty elektronicznej, w przeciwieństwie do internetowych banerów, spełnia pokładane w niej nadzieje. Ocenia się, że około 20-30% adresatów odpowiada na e-mailowe wiadomości.



BE&W

Badania przeprowadzane on-line mają dodatkową przewagę nad tradycyjnymi metodami – są szybsze i tańsze: dwumiesięczny projekt wart 25 tys. USD można przeprowadzić w dwa tygodnie za 2,5 tys. USD. Schar podsumowuje: „Myślę, że jest zupełnie jasne dla wszystkich, że Internet stanie się w przyszłości podstawą naszej działalności w zakresie badań konsumenckich".

Nie lubiane banery

Wraz z rosnącą falą bankructw firm internetowych, które zwykły wydawać pokaźne sumy na kampanie w marketingu sieciowym, odsetek konsumentów klikających na banery reklamowe na stronach internetowych spadł do poziomu poniżej 1%. Wielu inwestorów zaniepokojonych jest tym, że firmy tzw. starej gospodarki nie zwiększają swych wydatków wystarczająco szybko, aby zrekompensować spadek popytu ze strony firm sieciowych, w rezultacie czego trwa recesja w branży reklamy internetowej. „Obecny model reklam w postaci banerów uległ załamaniu" – podsumowuje Patrick Keane, analityk Jupiter Research w Nowym Jorku.

Niektórzy dowodzą nawet, że model reklamy internetowej był od samego początku obciążony fundamentalnymi wadami. Internet różni się od telewizji tym, że użytkownicy zajęci są aktywnym poszukiwaniem czegoś konkretnego, a reklamy najczęściej stanowią przeszkodę i są wszelkimi dostępnymi sposobami omijane. Biorąc pod uwagę fakt, że reklamodawcy rzadko są w stanie zaproponować kreatywną, interesującą treść, nieuchronne staje się zjawisko „ślepoty banerowej": użytkownicy nawet nie zauważają ukazujących się reklam. Dlatego agencja badawcza Nielsen/Net Ratings przewiduje, że w niedalekiej przyszłości większość firm internetowych będzie czerpać przychody z opłat pobieranych od użytkowników za dostęp do informacji, subskrypcję biuletynów elektronicznych itp.

Skuteczny e-mailing

Początki marketingu prowadzonego za pośrednictwem poczty elektronicznej były trudne. Firmy używały prymitywnego oprogramowania i korzystały z dość przypadkowych adresów. Doprowadziło to do zalewu niechcianych, skierowanych do niewłaściwych odbiorców listów, zwanych z angielska „spamem", co z kolei stało się jedną z głównych skarg użytkowników Internetu. Rozpoczął się i trwa nadal technologiczny wyścig pomiędzy twórcami oprogramowania e-mailowego i providerami internetowymi usiłującymi skutecznie filtrować spam, a specjalistami od marketingu, którzy opracowują coraz bardziej kreatywne sposoby omijania tychże filtrów. Coraz częściej reklamodawcy stawiają jednak na zdobywanie pozwoleń od internautów, którzy dobrowolnie udostępniają swoje adresy, np. w zamian za możność korzystania z bezpłatnego konta e-mailowego. Główną trudność stanowi fakt, że konsumenci chętnie wyrażają zgodę na otrzymywanie e-maili od firmy, z którą już utrzymują stosunki handlowe, ale nie chcą dostawać listów od osób trzecich.

Cena e-mailowych kampanii reklamowych wynosi zwykle 5 centów od wysłanej wiadomości. Może jednak spaść do 1 centa jeżeli wysyłane są miliony listów. Choć pokazanie banera reklamowego w sieci wynosi 1 cent lub mniej, poziom klikalności jest tak niski, zwykle 1-2%, że przyciągnięcie klienta do strony internetowej może kosztować pół dolara lub więcej. E-mailowe wiadomości marketingowe, na które odpowiada 20-30% adresatów, kosztują w przeliczeniu na jednego klienta 15-20 centów. Ocenia się, że e-mailing ma już 17% udział w rynku reklamy internetowej i udział ten będzie dynamicznie rósł, także w Polsce.

Co nowego w kinach

Małgorzata Węgrzecka

TRAFFIC

Reż. Steven Soderbergh

Przenoszenie serialu telewizyjnego na ekrany kin to znany filmowy proceder, który przynosi rewelacyjne efekty. Wystarczy wspomnieć „Ściganego" czy „Aniołki Charliego". Nic więc dziwnego, że Steven Soderbergh bez wahania zdecydował się na remake „Traffica". I opłaciło się. Reżyser sięgnął po najwyższy filmowy laur – Oscara (Złotą Statuetkę odebrał też najlepszy aktor drugoplanowy Benicio Del Toro). Nagroda dla Soderbergha nie była chyba dla nikogo specjalnym zaskoczeniem. Już swoim debiutem – „Sex, kłamstwa i kasety video" – pokazał reżyserską klasę. Film miał premierę w lutym 1989 r. na festiwalu kina niezależnego w Sundance, a cztery miesiące później otrzymał Złotą Palmę na MFF w Cannes. Następne filmy w dorobku reżysera to m.in. „Kafka", „Król wzgórza" i niezależna produkcja „Schizopholis". Uznanie krytyki i publiczności Soderbergh zdobył ponownie filmem „Co z oczu to z serca". W maju 2000 r. wszedł na ekrany kolejny film reżysera – „Erin Brokovich" z brawurową rolą Julii Roberts (Oscar). Jeszcze nie ucichły wiwaty na cześć „Erin", a Soderbergh miał już gotowy „Traffic".

„Lubię chodzić do kina na film z dobrze opowiedzianą fabułą – powiedział Michael Douglas. – A ten film ma trzy znakomicie opowiedziane historie". Pierwsza z nich dotyczy meksykańskiego policjanta Javiera Rodrigueza (Benicio Del Toro). Javier wraz ze swoim przyjacielem zajmują się nadzorowaniem przerzutu narkotyków przez granicę. Wybór, jaki ma policjant w Meksyku, jest bardzo prosty: korupcja albo śmierć.

Druga opowieść przenosi widzów do Stanów Zjednoczonych. Sędzia Sądu Stanowego w Ohio, Robert Wakefield (Michael Douglas), został właśnie mianowany przez Prezydenta USA nowym szefem agencji do zwalczania narkotyków. Bezkompromisowy i konserwatywny Wakefield nie wie jeszcze, że problem, z którym miał walczyć w skali kraju, będzie musiał najpierw rozwiązać w domu – jego córka jest narkomanką.



VISION

Trzecia historia rozgrywa się w San Diego. Tajni agenci z wydziału antynarkotykowego, wraz z przedstawicielami rządu, pracują nad zlikwidowaniem niesławnego kartelu narkotykowego Obregon. Akcja przynosi rewelacyjne efekty – drobny handlarz, Eduardo Ruiz, decyduje się na współpracę, obciążając swoimi zeznaniami narkotykowego barona, Carlosa Ayalę. Carlos zostaje aresztowany, co wywołuje szok u jego ciężarnej żony, Heleny (Catherine Zeta-Jones). Helena dowiaduje się, że całe jej życie było kłamstwem. Kiedy szok minie, kobieta będzie musiała zająć się... interesami męża.

DR T. I KOBIETY

Reż. Robert Altman

Doktor Sully Travis (Richard Gere) ma wszystko to, o czym może marzyć mężczyzna. Jest przystojniakiem zaopatrzonym w dużą dozę osobistego czaru, które to cechy czynią z niego najbardziej wziętego ginekologa Dallas. Jednak Dr T. wcale nie jest zmanierowany, bezgranicznie kocha swoją żonę Kate (Farah Fawcett) oraz dwie dorosłe córki. Mottem jego życia jest uszczęśliwianie kobiet, tych „własnych" i tych „cudzych", co przynosi mu autentyczną satysfakcję. Do czasu... Pewnego dnia wszystko zaczyna się walić. Żona trafia do szpitala psychiatrycznego z diagnozą nieuleczalnej regresji do wieku dziecięcego. Szwagierka Peggy (Laura Dern) wraz z trzema nieletnimi córeczkami wprowadza się do jego domu i pogrąża w alkoholizmie. Obie córki Dr T. bez przerwy się kłócą, a ich rywalizacja staje się nie do zniesienia wraz ze zbliżającą się datą ślubu Dee Dee (Kate Hudson). A kiedy doktorowi T. wydaje się, że znalazł ukojenie w ramionach golfistki Bree (Helen Hunt), także w tej dziedzinie doznaje brutalnego rozczarowania. Nie dziwmy się więc, że Dr T. widząc zbliżające się tornado, bez namysłu wskakuje w samochód i jedzie na spotkanie trąby powietrznej. Zmieni ona jego życie o 180°.



MONOLITH

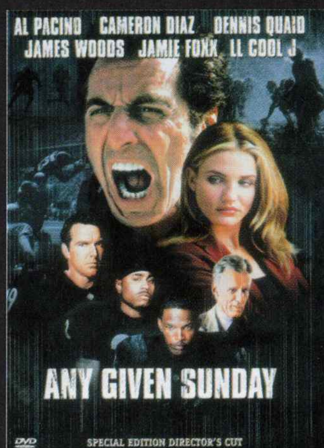
NOWOŚĆ DVD

Agnieszka Guzek

MĘSKA GRA

Reż. Oliver Stone

Dystrybucja: Warner Bros



Baseball – narodowy sport amerykański, nie budzi takiego zachwytu wśród Europejczyków. Jednak twórcy filmu nie skupili się na zasadach gry, ale przedstawili mechanizmy rządzące światem sportu. I nie trzeba być kibicem, żeby zainteresować się tym, co dzieje się poza boiskiem. Zwłaszcza gdy, ów fascynujący świat przedstawia, jeden z najbardziej kontrowersyjnych reżyserów, a w rolach głównych występują takie gwiazdy, jak: Al. Pacino, Cameron Diaz, Dennis Quaid, James Woods, LL Cool J i Jamie Foxx.

Warner Bros przygotowało wersję „Męskiej gry" na DVD w wydaniu dwupłytowym. Na pierwszym krążku umieszczono zwiastun kinowy oraz film, który można obejrzeć także z komentarzem Olivera Stone'a. Drugi dysk zwiera szereg materiałów dodatkowych, ujętych w trzech działach: „Pregame", „Halftime" oraz „Postgame". Obok amatorskich ujęć ukazujących Jamie Foxxa przygotowującego się do gry, na uwagę zasługuje dokument – „Full Contact: The Making Of Any Given Sunday". Reportaż z planu, przeplatany wybranymi scenami z filmu komentują twórcy obrazu i aktorzy.

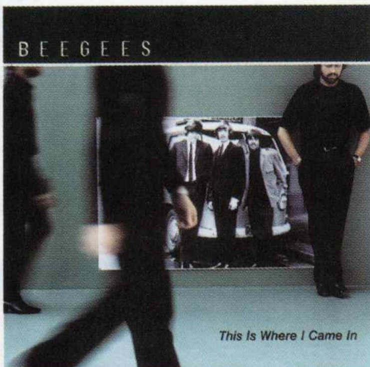
Na część drugą składają się trzy wideoklipy w wykonaniu LL Cool J oraz Jamie Foxxa. Jednak najbardziej interesujący jest dział trzeci, w którym umieszczono serię scen usuniętych z filmu. Ponadto w „Postgame" znajdują się plakaty promujące film oraz galeria fotosów.

Nie zapomniano także o użytkownikach DVD-Romów, którzy mają szansę porównać scenariusz z ostateczną wersją filmu (dla wybranych scen), wziąć udział w sportowym quizie, czy podejrzeć pracę montażysty.

Nowości płytowe

Andrzej Ignatowski

BEE GEES
This Is Where I Came In



Aż trudno uwierzyć, że tak wielu artystów lubi, a czasami wręcz inspiruje się twórczością, działającego już od ponad trzydziestu lat, tria Bee Gees. Do tych fascynacji przyznają się m.in.: U2, Rod Steward, Celine Dion czy Toni Braxton. Rewanżując się tym, i wielu innym artystom, bracia Gibb nagrali album, którego inspiracją były dokonania innych. Płyta „This Is Where I Came In" zaskakuje zmienną stylistyką oraz urozmaiconym brzmieniem. Jednak w tym muzycznym kalejdoskopie, od razu wiadomo, że to krążek Bee Gees. Oryginalnych głosów braci Gibb nie da się podrobić.

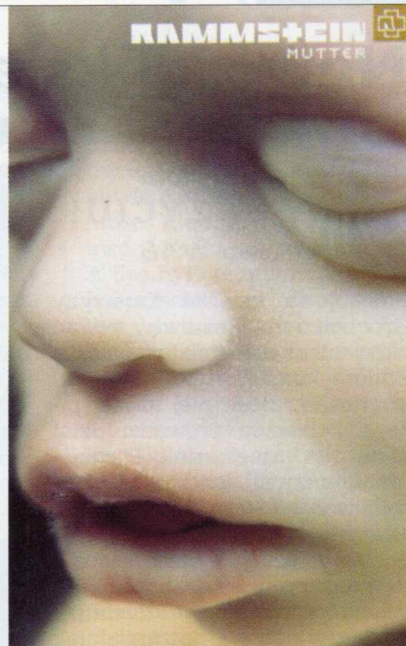
AEROSMITH
Just Push Play

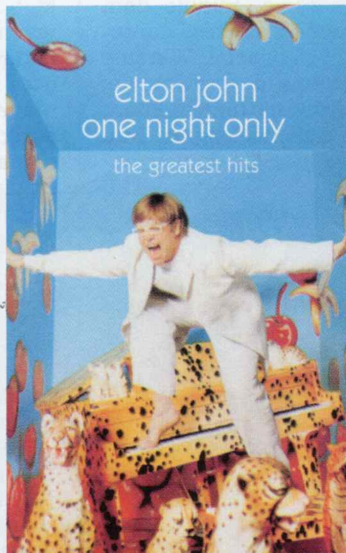
Krążek „Just Push Play", to kolejna, dobra płyta weteranów rynku muzycznego. Na najnowszym albumie Aerosmith nie ma superhitów rządzących na listach przebojów, ale jest kilka naprawdę wysokiej jakości numerów. Po prostu rock w swej klasycznej odmianie, choć pojawiają się producenckie smaczki z udziałem smyków. A przeboje... może się jednak coś znajdzie. Choćby kończący płytę utwór „Face".



RAMMSTEIN
Mutter

Grupa Rammstein ma w naszym kraju ogromna rzeszę wielbicieli. Kolejny, już trzeci, studyjny album niemieckiego sekstetu nie odbiega od poprzednich. Mocny rock, melodyjny podkład klawiszy, rytmicznie wyśpiewywane niemieckojęzyczne teksty i niesamowicie brzmiący głos wokalisty, wciąż robią wrażenie. Co ciekawsze, na krążku „Mutter" zespół udowadnia, że potrafi być też szczerze liryczny i nastrojowy.





ELTON JOHN
One Night Only – The Greatest Hits

Elton John proponuje słuchaczom swoje największe przeboje – tym razem na żywo. Płyta „One Night Only", to zapis słynnego koncertu, który odbył się kilka miesięcy temu. Znalazły się na niej wszystkie najważniejsze utwory z długiej listy hitów Eltona. Wokalista zaprosił także specjalnych gości: Ronana Keatinga, Bryana Adamsa, Mary J. Blige i Kiki Dee, z którą wykonał słynny utwór „Don't Go Breaking My Heart". I tylko szkoda, że wśród gości zabrakło Eminema, z którym tak udanie Elton John zaśpiewał podczas ostatniej ceremonii wręczenia nagród Grammy.

STARE MIASTO
Minuty

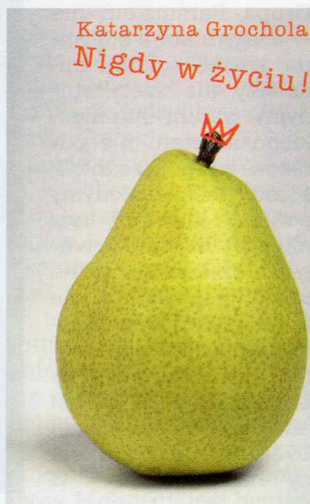
Polski hip hop głośno walczy o swoje miejsce na scenie muzycznej. I robi to z coraz lepszym skutkiem. Brak wprawdzie zdecydowanych liderów – idoli na miarę Doktora Dree czy Eminema, ale młodzież radzi sobie całkiem dobrze i ma swoją wierną, podobnie myślącą grupę odbiorców. Starszych słuchaczy płyta „Minuta" może zaszokować, ale warto sobie uświadomić, że tak brzmi głos sfrustrowanego i odrzuconego przez dorosłych, młodego pokolenia.



Nowości książkowe

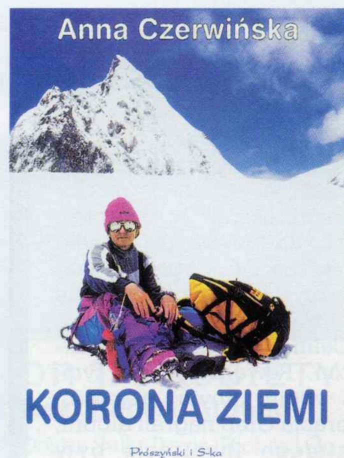
A. Ż.

Katarzyna Grochola
NIGDY W ŻYCIU!
Wydawnictwo WAB



Przebojowa książka Katarzyny Grocholi ma szansę zostać okrzyknięta dziennikiem polskiej Bridget Jones. Judyta ma 37 lat, jest matką nastoletniej Tosi i w piśmie kobiecym prowadzi dział porad dla czytelniczek. Poznajemy ją w chwili, kiedy nie z własnej woli rozstaje się z mężem. Niewiele rzeczy jest w stanie ją pocieszyć czy zainteresować, ale mimo wszystko nie traci ani poczucia humoru, ani też dystansu do samej siebie. Choć nadal, jak mała dziewczynka marzy o księciu z bajki, koniecznie na białym koniu, to jednak odnajduje w sobie dość siły, aby rozpocząć nowe życie. Buduje dom i przenosi się na wieś. Niespodziewanie odnosi sukces jako reporterka. Zyskuje też nowych znajomych i przyjaciół. Wkrótce odkrywa, że jest kobietą atrakcyjną i dojrzała do prawdziwej miłości. Zakochuje się... i marzenie o księciu na białym koniu się spełnia. Według autorki „Nigdy w życiu!", to książka „dla tych, którzy myślą, że świat się kończy, kiedy on się dopiero zaczyna". O swoich bardzo prawdziwych problemach bohaterka opowiada z humorem i lekkością. Książka jest pierwszą częścią cyklu powieściowego „Żaby i anioły".

Anna Czerwińska
KORONA ZIEMI
Wydawnictwo Prószyński i S-ka



Wybitna himalaistka Anna Czerwińska zajmująco, barwnie i bez patosu opisuje, jak przez pięć lat zdobywała najwyższe szczyty wszystkich kontynentów – tak zwaną Koronę Ziemi. Na pomysł ich zdobycia wpadła Yunko Tabei – pierwsza kobieta, która weszła na Everest. Do walki o Koronę stanęli wszyscy wybitni alpiniści. Dla jednych był to kolejny szczebel do sławy i uznania w środowisku, dla innych wieloletnie zmaganie się tak z własnymi, jak i zewnętrznymi ograniczeniami. Ta „górska odyseja" jest nie tylko ciekawą relacją o ambitnych sportowych dokonaniach, lecz również przypowieścią o tym, że warto być wiernym sobie, z pokorą znosić porażki i konsekwentnie dążyć do celu. Kolejne zdobyte szczyty wyznaczały autorce i bohaterce książki kolejne etapy życia, nadawały sens sukcesom i porażkom. Everest, który okazał się górą nie tylko najwyższą, ale i dla Czerwińskiej najtrudniejszą, ma w tej książce miejsce szczególne. Przez wielu znajomych autorki traktowany już jak jej nieszkodliwe dziwactwo, dla niej samej odegrał w całej tej historii rolę wyjątkową. „Zgadzam się z twierdzeniem, że szczęście jest w dążeniu, a nie w posiadaniu – pisze autorka. To, co zdobyte, należy już do przeszłości, a ja chcę iść ciągle naprzód. Wierzę, że jest to możliwe".

„EUROPEIA POLSKA"

AGNIESZKA GUZEK

Wolumin, foliał, inkunabuł – jeszcze parę lat i młodzi ludzie nie będą potrafili wyjaśnić, co owe terminy znaczą. W dobie Internetu i różnego rodzaju innych dróg komunikacji, książka skromnie usuwa się na dalszy plan.

Ale stać się tak nie musi, a na pewno nie powinno. Dzięki książkom mamy możliwość obcowania z kulturą i nauką. Kryją one w sobie literacki dorobek ludzkości, głęboką tradycję, barwny język. Promocją książki i czytelnictwa od lat zajmuje się Polskie Bractwo Kawalerów Gutenberga. Obecnie trwa ambitna akcja „Europeia Polska", którą honorowym patronatem objęli Prezydent Rzeczypospolitej Polskiej Aleksander Kwaśniewski wraz z małżonką. Nie pierwszy to raz Bractwo podjęło inicjatywę organizowania publicznych imprez propagujących kulturę starego kontynentu. Wcześniej odbyły się wakacyjna edycja „Szału czytania" oraz akcja „Książka pod strzechy".

Integralną częścią „Europei Polskiej" jest „Bibliomania" projekt łączący szereg imprez otwartych pod wspólnym hasłem „Moda na czytanie". Uroczyste otwarcie festiwalu odbyło się pod koniec kwietnia w Teatrze Wielkim, ale program „Bibliomanii" trwać będzie aż do końca czerwca. Przez cały ten czas będą się odbywały wystawy, konferencje, konkursy, spektakle teatralne, koncerty, spotkania literackie oraz towarzyszący im wielodniowy kiermasz książki na warszawskim rynku na Mariensztacie.

Spośród bogatego programu akcji warto wspomnieć o konferencji zorganizowanej z okazji Międzynarodowego Dnia Książki i Praw Autorskich oraz sympozjum „Książka i czytelnictwo dzieci i młodzieży w Polsce u progu XXI w. Czy Harry Potter uratuje czytelnictwo w Polsce?".

Wystawy: „Publikacje o Unii Europejskiej", „Jerzy Kosiński – Pasje życia śmierci", „Religie Świata" mają, w intencji Polskiego Bractwa Kawalerów Gutenberga, wskazywać młodym ludziom drogę intelektualnego rozwoju w otoczeniu zjednoczonej Europy.



Będą także lżejsze akcenty, m.in. konkursy: „Wiedza o książce", „Szybkie czytanie", czy też Festiwal Ośrodków Wychowawczych – XIV Spotkania Małych form Literackich. Centralnym wydarzeniem „Bibliomanii" będą, trwające od 16 do 20 maja, 46 Międzynarodowe Targi Książki, jak zawsze organizowane w PKiN.

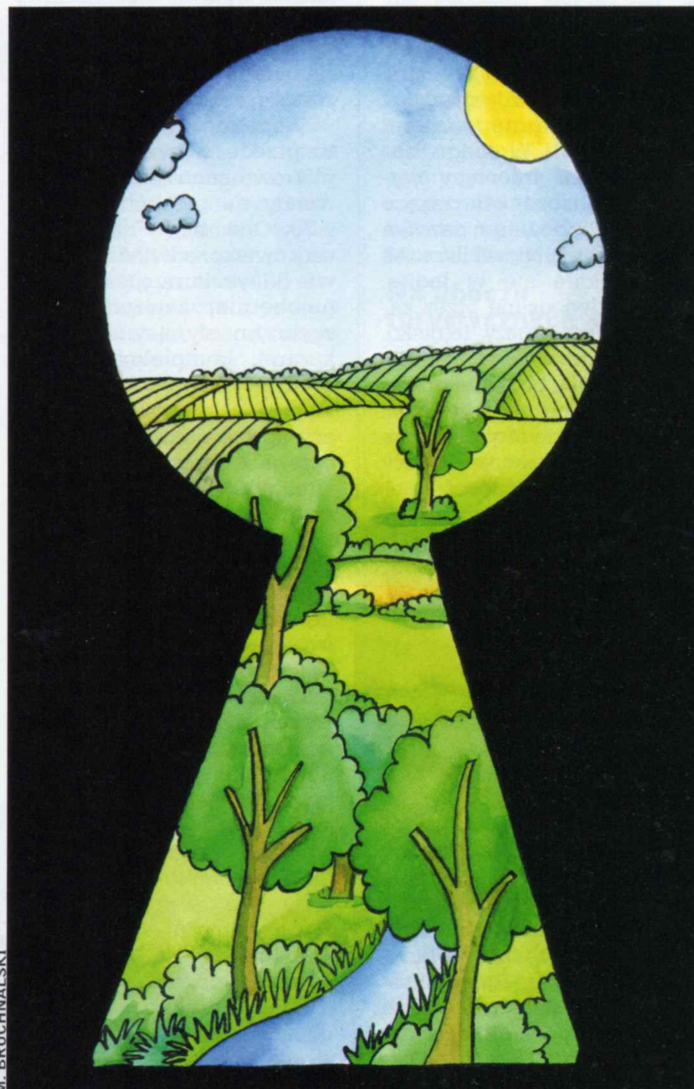
„Europeia", a tym samym zorganizowana w Warszawie „Bibliomania" skierowane są przede wszystkim do młodzieży. Idea przedsięwzięcia leży w prezentowaniu humanistycznego dorobku Polski i poszczególnych narodów pod hasłem „Wspólna Europa" oraz stworzeniu dogodnych warunków do nauki dzieciom i młodzieży z rodzin w trudnej sytuacji materialnej. W „Europei" obok promocji słowa drukowanego i różnych form sztuki, znajdą swoje miejsce także i inne drogi przekazu informacyjnego, np. Internet. Być może okaże się to doskonałym przyczynkiem do refleksji nad rolą książki w społeczeństwie multimedialnym.

Od słowa do słowa

Małgorzata Węgrzecka

Podniosło się wielkie larum w całym kraju. Kto to widział, żeby przeprowadzać eksperymenty na ludziach! Jak można zamykać kogoś na trzy miesiące – nie w więzieniu – i do tego czerpać radość z patrzenia na to, co robi! I to na progu XXI wieku! To niemoralne!!! Nieetyczne!!! Niedopuszczalne!!! I w ogóle pod każdym względem naganne!!! A ja na to: wolnoć Big Brotherze w swojej kamerze. Bo ja to oglądam. Bez obrzydzenia i wstydu.

Moja przyjaciółka cierpi z powodu tego, że ludziom brak tolerancji dla inności. Bez względu na to, czy chodzi o wyznanie, kolor skóry czy sposób ubierania się. Mąż przyjaciółki ubolewa nad kondycją polskiego piłkarstwa. Ja też mam swoją bolączkę – przykro mi, że ludzie ze sobą nie rozmawiają. Przeanalizujmy na przykład standardową sytuację w jakimś biurze, autobusie czy na spotkaniu towarzyskim. Podstawowym tematem dialogów jest oczywiście niezwykle uciążliwa praca i zdecydowanie niezadowalające zarobki. I nie ma się co dziwić, przecież trzeba jakoś odreagować mające charakter perpetuum mobile stresy. Kiedy już plan pracowniczo-finansowy zostanie zrealizowany, rozmowa przybiera aspekt ludzki. Bo zawsze jest pani Krysia, która w tej sukience w paski wygląda jak zebra w ciąży, albo Pawełek, który poza etatem pełni także funkcję biurowego głupka. Ta część wymiany poglądów trwa oczywiście najdłużej, bo jak wiadomo zarówno paniom jak i panom, obgadywanie jest niezwykle przyjemne. Zostaje jeszcze jeden temat, który równie dobrze można poruszyć na początku dyskusji, w jej środku lub na końcu. Chodzi rzecz jasna o pogodę. A że niewielu jest wśród nas zawodowych synoptyków, rozkoszne bajanie o deszczu, słońcu i niskim lub wysokim ciśnieniu snuje się łagodnie i ponadczasowo – nigdy nikomu się nie nudzi i zawsze jest na miejscu.


M. BRUCHNALSKI

O co zatem chodzi? Tyle jest dyskusji, tyle różnych poglądów, a ja się czepiam, że ludzie ze sobą nie rozmawiają. Chodzi o to, że wszystkie te tematy, to tematy zastępcze. Okazuje się, że największy problem przeciętni zjadacze chleba mają z wyartykułowaniem swoich prawdziwych potrzeb, z wyrażeniem emocji, z zadumą nad tym, jak żyją, dlaczego robią to, co robią. No a jak się ma do tego wszystkiego wspomniany na wstępie Big Brother? Ma się! Sama się dziwię, ale się ma. Bo Big Brother otwiera, intryguje, drażni, fascynuje i rzeczywiście jest to program, wobec którego nikt nie jest obojętny.

Na pierwsze symptomy bigbrotheryzmu nie trzeba było długo czekać. Pojawiły się już na początku, po emisji kilku zaledwie odcinków. Ze zdumieniem słuchałam opinii wygłaszanych w pokojach i na korytarzach. Ze zdumieniem, bo byłam nastawiona na krytykę i zdania typu: „nie oglądam, to poniżej mojego poziomu". Niczego takiego nie usłyszałam. No, może raz. Jeden z kolegów powiedział, że uważa to całe doświadczenie za żenujące i miałkie intelektualnie. A za chwilę dodał, że najbardziej nie lubi Manueli, bo jest jego zdaniem zbyt ekspansywna. Reszta biurowej społeczności była zdecydowanie na tak. Ci sami ludzie, którzy wcześniej wymieniali jednie zdawkowe uwagi o pogodzie, teraz wnikliwie analizowali bezpośredniość Klaudiusza, jędzowatość Moniki, dystans Alicji. A ileż było przy tym emocji!? Bo przecież ona nie musiała być wcale taka niemiła, a inna mogła powiedzieć zwykłe „przepraszam", a ten, to chyba nie ma żadnych granic, a tamten rzeczywiście jest jakiś taki nieśmiały. I zagłębiali się moi koledzy i zagłębiali, a ja ze zdumieniem stwierdzałam, jakimi to są dobrymi obserwatorami.

Po pierwszych ocenach postępowania uczestników programu padło wreszcie zdanie, które musiało kiedyś paść: „Ja bym się tak nie zachowała". „A jak byś się zachowała?" – skonstruował ktoś łatwe do przewidzenia pytanie. No i się zaczęło. Dowiedziałam się, że dla kogoś najważniejsza jest szczerość, dla kogoś lojalność wobec grupy, dla kogoś wierność partnerowi, a dla kogoś innego zwykła zabawa. Rozgorzała dyskusja o wartościach, które na co dzień kurzą się razem z książkami, które są im poświęcone. Bardzo miło było usłyszeć słowa: prawda, miłość, przyjaźń, użyte nie tylko w cytatach. Ale na tym nie koniec atrakcji. Nie dość, że rozmówcy otworzyli przed sobą obszary dotychczas zamknięte, to jeszcze wykonali parę autorefleksji, które dosłownie zwaliły mnie z nóg. No bo jak mogłam przypuszczać, że jakaś tam Monika skłoni kogokolwiek do refleksji. A jednak. Znana mi imienniczka wspomnianej blondynki przyjęła wreszcie do wiadomości stwierdzenie: „jeśli kolejna osoba mówi ci, że masz ogon, to się obejrzyj". Mąż tej drugiej ma teraz wiele powodów do radości. Inna z moich koleżanek odchudziła o połowę warstwę codziennego makijażu. Wiem, że nie było jej łatwo. A stało się to za sprawą pewnego brata, który, chociaż nie wiadomo, z jakiej pochodzi rodziny, to jednak ma duże wpływy. A jeśli takie skutki ma odnosić jego działalność, to życzę miłej zabawy. ■

„Litwo! Ojczyzno moja! ty jesteś jak zdrowie" – pisał Adam Mickiewicz w inwokacji do „Pana Tadeusza". Te słowa, tak bliskie Polakom, najlepiej oddają motywy turystów udających się w swoją wymarzoną podróż na Litwę.

LITWA

PODRÓŻ sentymentalno-zdrowotna

KRZYSZTOF MICH

Polacy z ogromnym sentymentem patrzą na kraj, gdzie niemal na każdym kroku napotkać można ślady Mickiewicza i Słowackiego. Litwa i Polska, to nie tylko sąsiadujące ze sobą państwa, to wspólna, wielowiekowa historia. Historia, która wciąż odciska swoje piętno na wzajemnych kontaktach. Dziewicze, nie skażone cywilizacją, krajobrazy, wspaniałe zabytki i odmienna kultura przyciągają do Litwy turystów z całego świata.



Dziś po domku Piłsudskiego „Na Pogance" nie pozostał najmniejszy ślad. Spacerując nad Niemenem można dojść do położonej przy zakolu rzeki skarpy – ulubionego miejsca marszałka.

K. MICH

Do wód, po zdrowie

Okolice Druskiennika nieodmiennie kojarzą się z wypoczynkiem. Już w XVIII w. wśród gminu krążyły opowieści o cudownych, leczniczych źródłach tryskających z brzegów Niemna. Jednak dopiero w pierwszej połowie XIX w. zaczęto badać skład chemiczny tych wód. Grodzieńscy lekarze przeprowadzili pośród kuracjuszy ankietę. Jej wyniki przedstawiono gubernatorowi Nowosilcowi, który zlecił szczegółowe badania, a w końcu budowę uzdrowiska. W 1837 r. car Mikołaj I zatwierdził ostateczny projekt budowy kurortu w Druskiennikach i polecił rządowi wyasygnować na ten cel 25 tys. rubli. W ciągu zaledwie kilku miesięcy wycięto chaszcze otaczające źródła i zbudowano pawilon z 14 wannami. Niewielka wieś przekształciła się w ładne, chętnie odwiedzane przez zamożnych kuracjuszy, letnisko. Otworzono teatr i czytelnię, organizowano bale i wyprawy parostatkiem po Niemnie, wydawano nawet polską gazetę, w której swoje utwory publikowali m.in. Józef Ignacy Kraszewski i Jan Czeczot. Lecznicze źródła zyskały międzynarodowy rozgłos. W XIX w. Druskienniki odwiedzili Stanisław Moniuszko, Władysław Syrokomla, Ignacy Kraszewski, a później także Eliza Orzeszkowa i Hanka Ordonówna.

Rok 1871 wpisał się ciemną kartą w historię Druskienników. Ogromny pożar pochłonął wówczas niemal wszystkie klasycystyczne dworki. W ich miejscu postawiono, typowe dla rosyjskiej architektury, drewniane domy. Rozwój miasteczka przerwała I wojna światowa. I znów Druskienniki legły w gruzach. Odbudowę uzdrowiska podjęli jego nowi właściciele – Michał Malinowski i Antoni Jaroszewicz. Oficjalne otwarcie kurortu odbyło się w 1922 r., a już dwa lata później przyjechał na kurację marszałek Józef Piłsudski wraz z rodziną. W Druskiennikach przyjmował zagranicznych posłów i, jak głosi plotka, przeżył burzliwy romans z doktor Eugenią Lewicką. Ulubionym miejscem marszałka był, położony na wysokim brzegu Niemna, drewniany domek „Na Pogance". Jeszcze po II wojnie światowej znaleźć można było okolicznościowy napis wmurowany w ścianę budynku, ale w 1964 r. decyzją władz litewskich domek został rozebrany.

Współczesny Druskiennik, to przede wszystkim wielopiętrowe sanatoria, które powstały na przełomie lat 60. i 70. Obecnie w ciągu roku uzdrowisko odwiedza zaledwie 50 tys. kuracjuszy. Polacy najchętniej zatrzymują się w dużym, słynącym z dobrej kuchni, kompleksie leczniczym – „Litwa". Sanatorium wyposażone jest w nowoczesny sprzęt medyczny i kuracjusze mogą korzystać z okładów, kąpieli, masaży, elektrowstrząsów, inhalacji i ćwiczeń fizjoterapeutycznych. Druskienniki ze swoją nieco senną atmosferą odmienne są od typowych, pełnych atrakcji, zachodnich kurortów letniskowych. Nieliczne kawiarenki i bary, spacery nad rzekę lub do lasu, czy też wyprawa do bajkowego domku „Leśne echa", to jedyne dostępne tam rozrywki. Latem dużym zainteresowaniem cieszą się rejsy do Liszkiawy. Położony jest tam słynny dominikański kościół i klasztor dokąd w XIX w. zsyłano księży, którzy złamali przysięgę celibatu.



K. MICH

Bajkowy dom „Leśne echa" (Girios Aidas). Drewnianą „rezydencję" na jednej nodze stworzył leśnik dr Algirdas Valavicius.

Legendarna stolica

Na niewielkiej, malowniczej wysepce położonej na jeziorze Galva stoi piętnastowieczna, gotycka budowla. Zamek w Trokach był główną rezydencją księcia Witolda, który gościł tu m.in. Jagiełłę. Niemal wszyscy turyści chętnie odwiedzają Troki, ale tylko nieliczni docierają do Starych Toków (Senieji Trakai). Położona na uboczu niewielka wieś, jak głosi legenda, była pierwszą stolicą Litwy. Jeszcze kilka lat po wojnie działało tu polskie seminarium nauczycielskie, a do 1956 r. seminarium pedagogiczne z polskim językiem wykładowym. Dziś, z trudem doszukać się można polskich akcentów, choć większość mieszkańców Starych Troków ma polskie pochodzenie.

Zaledwie pół godziny jazdy samochodem dzieli Troki od Wilna. Do centrum miasta prowadzi szeroka, dwupasmowa aleja. Z daleka widać wieżę telewizyjną, o którą toczono bój w styczniu 1991 r. Obecnie mieści się w niej niewielka ekspozycja upamiętniająca minione wydarzenia. Poruszanie się po źle oznakowanym mieście nastręcza przyjezdnym wiele trudności. Praktycznie jedynym, widocznym z centrum, punktem orientacyjnym jest wzgórze z basztą Gedymina



K. MICH

Zamek w Trokach – jedna z pięciu ocalałych w tej części Europy budowli obronnych, usytuowanych na wyspach.

– ocalały fragment średniowiecznego zamku zburzonego w XVII w. Ze wzgórza roztacza się niezapomniany widok na wileńską starówkę, a w wieży znajduje się wspaniała kolekcja krzyżackich sztandarów oraz plan bitwy pod Grunwaldem.



K. MICH

Kościół św. Anny w Wilnie, który, jak głosi historyczna anegdota, cesarz Napoleon chciał na własnych dłoniach przenieść do Paryża.

Wileńska starówka

Wędrówkę po wileńskiej starówce najlepiej rozpocząć od katedry św. Stanisława, którą Polacy darzą szczególnym sentymentem. W tym kościele Zygmunt August potajemnie poślubił Barbarę Radziwiłłównę, tu też spoczywają szczątki naszych władców i patrona Litwy – św. Kazimierza. Po budowli, która powstała w 1530 r. niewiele przetrwało do naszych czasów. Katedra był wielokrotnie przebudowywana i swój ostateczny kształt zawdzięcza zmianom wprowadzonym w 1801 r. Różne też były losy katedry św. Stanisława. Przez pierwsze lata po II wojnie światowej mieścił się w niej radziecki magazyn. Potem w budynku urządzono muzeum sztuki, lecz zwiedzający mogli jedynie podziwiać wystawiane eksponaty, ponieważ ołtarze i kaplice katedry zasłonięto. Dopiero za czasów Gorbaczowa ponownie zaczęto odprawiać w katedrze msze, a w 1989 r. powróciły do niej święte relikwie.

Historycznym traktem

Aleja Gedymina, to reprezentacyjna ulica Wilna rozpoczynająca się naprzeciwko katedry św. Stanisława. Niegdyś mieściły się przy niej: Bank Polski, liceum im. Orzeszkowej, sąd, kasyno oraz dom handlowy braci Jabłkowskich. Obecnie wzdłuż Alei ciągną się siedziby rządu, parlamentu, ministerstw oraz ekskluzywne hotele, sklepy i restauracje.

Historycznym traktem starówki jest dzisiejsza ul. Zamkowa (Pilies gatve). Nieco na uboczu położony jest kościół św. Jana oraz Uniwersytet Wileński, założony przez Stefana Batorego. W XIX w. sława tej uczelni przyćmiła inne polskie akademie. Na wileńskim uniwersytecie nauki pobierali m.in. bracia Śniadeccy, ksiądz Piotr Skarga, Adam Mickiewicz, Juliusz Słowacki.

Nieopodal, na ulicy Bernardyńskiej mieści się muzeum Adama Mickiewicza. W kamienicy Życkiego, w której niegdyś wieszcz napisał „Grażynę", można dziś obejrzeć przedmioty należące do poety oraz wyjątkowe wydania dzieł Mickiewicza przełożone na język litewski. Pomnik Mickiewicza położony jest nieco dalej, tuż obok gotyckiego kościoła św. Anny.

Na ulicy Zamkowej mieści się także Cerkiew Płatnickiej oraz Ratusz, a obok położony jest kościół św. Kazimierza, który, podobnie jak katedra św. Stanisława, przechodził dziwne koleje losu. W tej zabytkowej, barokowej budowli w czasach napoleońskich mieścił się magazyn zbożowy. Później kościół przemianowano na cerkiew, następnie na sobór, potem na kościół protestancki, by w końcu urządzić tu... muzeum ateizmu.



K. MICH

Wileńskie Kaziuki. W dniu patrona Litwy wyrastają tu dziesiatki starganów.

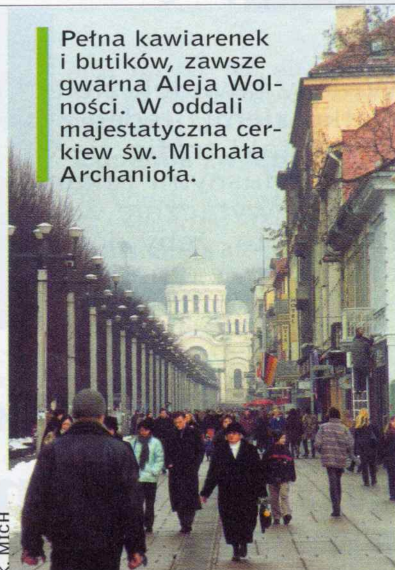
Podążając szlakiem historii warto zatrzymać się przed bramą cerkwi Trójcy Świętej. Słynne, bazyliańskie wrota prowadziły wprost do carskiego więzienia, które mieściło się w szesnastowiecznym klasztorze. Przebywał w nim, wraz z innymi filaretami, Adam Mickiewicz. W tym więzieniu wieszcz umieścił akcję III części „Dziadów", lecz słynna cela Konrada zazwyczaj jest dla zwiedzających zamknięta.

Kończąc spacer po Wilnie pozostaje jeszcze zajrzeć na cmentarz na Rossie. Obok matki marszałka Piłsudskiego i serca jej syna, miejsce ostatniego spoczynku znaleźli tu inni wielcy: Polacy – Syrokomla i Łukaszewicz, znany poeta – Białorusin Kazimierz Swaja, znakomity litewski malarz i kompozytor Mikołaj Kazimierz Ciurlionis.

Na uboczu turystycznych szlaków

Specyficzna, wielonarodowa atmosfera Wilna oraz wspaniałe zabytki przyciągają do miasta wielu obcokrajowców. Kowno natomiast położone jest na uboczu turystycznych szlaków.

Niewielka kowieńska starówka rozciąga się na płaskim cyplu położonym w miejscu, gdzie rzeka Wilia wpada do Niemna. Miasto często dotykały powodzie lecz do naszych czasów przetrwało wiele interesujących zabytków. Przy malowniczym rynku głównym stoi barokowy ratusz, w którym zwykł nocować car. Obecnie mieści się w nim sala ślubów oraz muzeum ceramiki. Z ratuszem sąsiadują gotyckie zabudowania Domu Perkuna i budynki katolickiego seminarium duchownego. Rozrzucone dookoła rynku kawiarenki są ulubionym miejscem odpoczynku nielicznych obcokrajowców. Kowieńska młodzież woli spotykać się w nowoczesnych lokalach usytuowanych wzdłuż Alei Wolności (Laisves). Ciągnący się blisko dwa kilometry deptak jest osią centralnej części miasta. Obok uroczych kawiarenek dumnie stoją ekskluzywne sklepy. Zazwyczaj zaglądają do nich tylko turyści, a barwny tłumek kupujących kłębi się raczej wokół straganów, rozstawionych wzdłuż Alei Wolności.



K. MICH

Pełna kawiarenek i butików, zawsze gwarna Aleja Wolności. W oddali majestatyczna cerkiew św. Michała Archanioła.

Nieopodal pasażu znajdują się muzea – wojskowe, zoologiczne, sztuki ludowej i... diabłów. W tym ostatnim zgromadzono ponad 2 tys. eksponatów z różnych regionów świata, jednak ekspozycja stała jest dużo bardziej uboga.

Diabelską siedzibą można też nazwać kowieńskie forty, zbudowane na przełomie XIX i XX w. W latach 1941-1944 mieścił się w nich obóz zagłady, w którym zginęło ponad 100 tys. Żydów, Polaków i sowieckich jeńców. Po II wojnie światowej w tych samych murach więziono przeciwników stalinowskiej dyktatury i działaczy demokratycznej opozycji. Jednak te dramatyczne wydarzenia przeszły już do historii. Dzisiejsze Kowno, to spokojne, swobodnie rozwijające się miasto.

profit

AMERICAN EXPRESS

Uczestnicy programu Idea Profit mogą korzystać z **5% zniżki** (dla wszystkich rodzajów kart) na przelot samolotem i hotel.

American Express
ul. Sienna 39, Warszawa
tel.: (0-22) 551 51 00

Własny kawałek zieleni na własnym kawałku ziemi. Jeden z niewielu „kawałków", jaki trafia się w życiu po to, by go własnymi rękami modelować, według wyłącznie własnych upodobań. No i po to, żeby doświadczać wyłącznie czystej przyjemności.

WSZYSTKIEMU winna geometria

Grażyna Zenowicz

A teraz każdy chce mieć ogród. Jeśli nie wokół domu, to chociaż na balkonie albo na dachu. Dlaczego? Bo to jest możliwe. Dlaczego jest możliwe? Bo to wszystko już kiedyś było. Brało się z potrzeby serca i konieczności, z pragnienia estetycznych doznań i artystycznych fanaberii. Może trudno w to uwierzyć, ale komponując własny kawałek zieleni na własnym kawałku ziemi sięgamy, często o tym nie wiedząc, do wzorców, które na dobre tkwią w historii architektury krajobrazu. I to od dawna. Od pomysłów na ukształtowanie terenu począwszy, na doborze określonych roślin skończywszy. Jedni lepiej czują się w otoczeniu precyzyjnie zorganizowanym według skali na linijce, drudzy – w przestrzeni pozornie niekontrolowanej. Kolejni lubią roślinny rozgardiasz – im więcej tym lepiej – folklor z kroplą pańskości. Jeszcze inni nie wyobrażają sobie życia bez własnej marchewki, wkomponowanej artystycznie pomiędzy nasturcje i irysy. A sędziwa historia ogrodów spokojnie przyzwala na każde rozwiązanie. Co więcej, prowokuje do tego, aby dzisiaj cały ten przepych przekornie ze sobą mieszać.



BE&W

Bratek (Viola wittrockiana), powstał ze skrzyżowania trzech dzikich gatunków fiołka. Charakteryzuje się dużymi, różnobarwnymi kwiatami. Kwitnienie: od kwietnia do lipca.



BE&W

Lilia (Lilium). Istnieje 75 gatunków lilii z obszarów umiarkowanych Eurazji. Lilie są często uprawiane ze względu na okazałe pachnące kwiaty. Kwitnienie: od czerwca do sierpnia.

Przy linijce

Zasady komponowania ogrodów przez wiele stuleci kontrolowała geometria. Dzięki niej na pewno łatwiej było opanować rozrastającą się roślinność, wytyczyć „szlaki" komunikacyjne i przypisać każdemu elementowi ogrodu określoną funkcję. W średniowiecznej Europie linijką wyznaczano prostokątne kwatery i oddzielano je od reszty świata wysokimi murami. Uporządkowane ogrody rozmieszczano właśnie w obrębie murów, głównie klasztornych i zamkowych. Na fachowo pielęgnowanych zagonach uprawiano rośliny użytkowe, zarówno krajowe jak i zagraniczne.

Większość roślin ozdobnych wkroczyła do geometrycznie pociętych ogrodów renesansowych, kształtowanych w odniesieniu do najważniejszego elementu architektonicznego, czyli pałacu. Wszystkie pozostałe fragmenty, znowu o ściśle przypisanych im funkcjach, planowano zawsze zgodnie z zasadą, że formy, kształty i wielkości pozostają w „matematycznym" związku z budynkiem. Dzięki temu powstawał schematyczny, tarasowy układ terenu, w którym taras główny stanowił bezpośrednie otoczenie domu, a pozostałe rozciągały się powyżej lub poniżej niego.

Wśród, chętnie budowanych z roślin, wyszukanych ornamentów, labiryntów, żywopłotów, rabat kwiatowych, instalowanych sprytnie niespodzianek (np. tryskającej ni stąd ni zowąd wody), ustawianych gdzieniegdzie altan, ławek, fontann i rzeźb, przechadzka musiała być równie urozmaicona. To z tego, włoskiego okresu pochodzi nasze upodobanie do sadzenia, a nawet strzyżenia roślin wedle geometrycznych reguł oraz ustawiania w ogrodzie żywych, zielonych stożków, sześcianów i kul.

Logiczny podział panował nawet w doborze i umiejscawianiu gatunków. W części ozdobnej królowały bukszpany, cyprysy, sosny, ostrokrzewy, laury. Dzięki nim, przez okrągły rok, oczy cieszyła zieleń. Kolorów dodawały sezonowe kwiaty: róże, lilie, irysy, hiacynty, nawet plebejskie bratki. W części ogrodowo-użytkowej sadzono rośliny „egzotyczne", czyli sprowadzane z zagranicy nowe gatunki, a w specjalnej kwaterze uprawiano zioła i rośliny przyprawowe.

Przytłaczający maksymalizm

Znacznie dalej w wyznaczaniu granic przyrodzie posunął się barok francuski. Nie tyle dbał o zachowanie proporcji, co nie znał umiaru w stosowaniu reguł. Powiększył przestrzenie ogrodowe, kształtował je na wzór pomieszczeń pałacowych, budując sale, teatry i gabinety. Oczywiście z roślin. Żywopłoty tworzące ściany, oddzielające te pomieszczenia od siebie, musiały być więc równiutko strzyżone, z pnączy i drzew wycinano tunele, z krzewów zaś wnęki i arkady. Do tego, z pięknie strzyżonych trawników rozciągano zielone dywany, przetykane kwietnymi wzorami. I można było poczuć się zupełnie jak w domu. A w zielonej aranżacji, przy sprzyjającej pogodzie, częściej organizowano przyjęcia towarzyskie niż w murach pałaców.

W ogrodach francuskich geometria zawładnęła przestrzenią niepodzielnie. Formy naturalne, kształty wymykające się spod kontroli były niedopuszczalne. Dotyczyło to zarówno licznie rozmieszczanych zbiorników wodnych, jak i samej roślinności. Przy doborze poszczególnych gatunków nie kierowano się ich urodą, zapachem, wyjątkowością, ale podatnością na formowanie wedle przyjętego stylu. Stąd w ogrodach wtedy francuskich, dziś stylizowanych na francuskie, obfitość roślin wiecznie zielonych, łatwo poddających się narzędziom ogrodniczym: bukszpan, ostrokrzew, cis, mirt, laur, świerk. Ówczesny styl francuski pozostawił po sobie umiejętność rzeźbienia z roślin dowolnych kształtów i nadawania naturze niemal dowolnej formy.



BE&W

Magnolia. Istnieje 80 gatunków drzew i krzewów z rodziny magnoliowatych. Kwiaty, różowe lub białe, lekko pachną, są szeroko otwarte i mają zwykle sześć płatków. Kwitnienie: od kwietnia do czerwca.

Niekontrolowana harmonia

W końcu nadszedł czas na to, by dać przyrodzie więcej swobody, a człowieka zbliżyć do natury naturalnej. Ogrody przestały mieć skrupulatnie i w sposób widoczny wyznaczone granice, ścieżki przestały być proste, można było skryć się w dziko rosnących „chaszczach". W przydomowej przestrzeni zagościły nastrój i światło. Romantyczne altany, ścieżki pomiędzy kwietnymi rabatami, niby przypadkowo ustawione głazy z pamiątkowymi napisami skłaniały do spacerów i rozmyślań. Tym bardziej, że ogrodowa sceneria zmieniała się niemal krok po kroku.

W takim ogrodzie znalazło się w końcu miejsce dla roślin oryginalnych, nawet egzotycznych. W zgodzie żyły obok siebie sosny, choiny, platany, miłorzęby, tulipanowce i magnolie. Drzewa, od osiągających potężne rozmiary, po te delikatniejsze, ale bardziej ozdobne, zagęszczały ogród, potęgowały wrażenie dzikości. Zdecydowane ozdoby w postaci rododendronów, kamelii, azalii i hortensji ożywiały otoczenie. Niewątpliwie ogromny wpływ na kształtowanie takich krajobrazów miały trendy malarskie.



BE&W

Bukszpan (Buxus). Krzew wrażliwy na mróz, pochodzący z Europy Południowej. Bukszpan doskonale nadaje się do formowania założeń ogrodowych w stylu renesansowym lub barokowym – strzyżone żywopłoty, bryły geometryczne, figury.

Żeby jednak nie było zbyt nudno, a raczej, żeby było jeszcze bardziej romantycznie w ogrodach-parkach stawiano liczne budowle. Najczęściej były to ruiny, pustelnie, świątynie, arkady itp., którym nadawano osobliwe nazwy.

Mnogość wszystkich elementów takiego „naturalnego" ogrodu, a przede wszystkim uzyskanie odpowiedniego nastroju wymagają niewątpliwie ogromnych przestrzeni. Ale nawet jeśli we współcześnie niewielkim ogródku nie można poprowadzić krętych ścieżek znikających hen, daleko wśród drzew, dość łatwo jest stworzyć romantyczny zakątek.

Zupełnie inaczej

Chociaż ogrody japońskie powstawały w oparciu o zasady zupełnie inne, wielu dzisiejszych „ogrodników" znajdzie u siebie również takie wpływy. Nie bez powodu. Współczesny człowiek zwraca znacznie większą uwagę na związek otoczenia z jego własną osobą, obserwuje wpływy i zależności. Japończycy, w przeciwieństwie do Europejczyków, wyczuleni na te związki byli już bardzo dawno temu. Dlatego na kształt ogrodów wpływ wywarły: nauki zen, filozofia buddyjska, nawet – ceremonia picia herbaty. Stąd charakterystyczne, maksymalne wykorzystanie przestrzeni, tworzenie otoczenia, w którym człowiek może znaleźć potrzebny mu spokój, oddać się medytacjom, uciec od codzienności. W specjalnie zaprojektowanych pawilonach przyrządzano i pito herbatę, z zachowaniem wszystkich reguł tego ceremoniału.

Od herbacianych ogrodów niedaleko już było do ogródków przydomowych – maleńkich, tak urządzonych, by pełniły funkcję nie tylko dekoracyjną, ale były też łatwe w utrzymaniu. Dużo tu kamienia na ścieżkach, chodnikach, w ogrodzeniach, roślin przybierających różne kształty, wodospadów, strumieni i stawów. Bardzo szczególny ogród to „suchy pejzaż" (zwany też „białym obszarem"), w którym drobny, jasny żwir, usypany w różne, falujące wzory symbolizuje płynącą wodę.



BE&W

Hiacynt (Hyacinthus), roślina cebulkowa z rodziny liliowatych. Wychylająca się z ziemi w czasie kwitnienia łodyga obsypana jest kwiatami, w pięknych pastelowych kolorach, o niezapomnianym zapachu. Kwitnienie: od kwietnia do maja.

To właśnie symbolika, motywy wynikające z kultury i filozofii, stosowane w japońskich ogrodach, stanowią o ich odrębności. Ustalają zasady ściśle w sztuce tworzenia ogrodów przestrzegane. Jedną z najważniejszych jest reguła współgrania trzech elementów podobnych kształtem, ale zróżnicowanych wielkością. Triada ta symbolizuje związek człowieka (średni element) z niebem (wyższy) i ziemią (niższy). Tak, aby pamiętać, że jest się częścią wiecznego ładu i porządku.

Zupełnie zwyczajnie

Te ogrody, a nawet ogródki są wszędzie takie same. Kwadratowe lub prostokątne, otoczone jakimś płotem, zwykle celowo bylejakim, nierównym, często pochylonym. Rozciągają się wokół domu, często przesłoniętego kolorami, kwitnących przez kilka ciepłych miesięcy kwiatów, krzewów i drzew. Co więcej, tu i ówdzie, pomiędzy kwiatami wyrastają kapusta, koper, słonecznik. Spacerować można po alejkach żwirowych, piaszczystych, kamiennych, dotrzeć do drewnianej ławeczki, stojącej tuż pod krzakiem pnącej róży. I patrzeć. Na bukszpany okalające warzywniki, na nasturcję wplecioną w ogródki ziołowe, na dróżkę prowadzącą do furtki, na okryte powojnikami i dzikim winem ściany domu.

W takim ogrodzie jest zawsze pełno słońca, bo tylko w pełnym słońcu te wszystkie rośliny mogą naprawdę rozkwitnąć. W takim ogrodzie panują porządek i rozgardiasz. Z jednej strony naturalny i swobodny układ roślin, z drugiej – precyzyjnie wyznaczone i zagospodarowane poletko. Każda roślina – czy ta ozdobna, czy ta do garnka – wie, gdzie wolno jej rosnąć, a każdy gospodarz wie, gdzie jej szukać i jak jej doglądać. Zgoda pomiędzy swobodą natury i geometrią przestrzeni jest więc możliwa. W ogródku rustykalnym, w tej mieszaninie tradycji i nowoczesnego ogrodnictwa.

profit

LAS & OGRÓD

Uczestnicy programu Idea Profit mogą korzystać z:

- **5% zniżki** (dla wszystkich rodzajów kart) na maszyny ogrodnicze i leśne,
- **10% zniżki** (dla wszystkich rodzajów kart) na wszystkie pozostałe artykuły z oferty.

Las i ogród
ul. Żwirki i Wigury 32, Przasnysz
tel.: (0-29) 752 55 96

Według legendy Majów bogowie stworzyli ludzi z kukurydzy zmieszanej ze swoją krwią. W wierzeniach Azteków i Inków każda roślina, korzeń, ziarno miały swoich bogów, którzy opiekowali się kiełkowaniem i dojrzewaniem. Świat natury miał wielkie znaczenie dla Indian, którzy do jedzenia przykładali taką samą wagę, jak do modlitwy.

Ostre gotowanie



Agnieszka Guzek



BE&W

SOS GUACAMOLE

duże, dojrzałe awokado
pęczek dymki
ząbek czosnku
łyżka oliwy z oliwek
pół łyżki soku z limony
sparzony pomidor

Obrać i przepołowić avocado, następnie wyjąć pestkę i rozgnieść widelcem miąższ owocu, ale niezbyt drobno. Dodać pokrojonego drobno pomidora (bez nasienia) oraz posiekane: dymkę i czosnek. Wszystkie składniki należy dobrze wymieszać i doprawić sokiem z limony, oliwą i solą. Sos guacamole podaje się z chipsami *nachos*, lub też jako dodatek dań meksykańskich.

Współczesna kuchnia meksykańska, to mieszanka tradycji Indian oraz zwyczajów przywiezionych przez kolonizatorów. Słynie z niezwykle pikantnych i aromatycznych potraw, które przyrządzane są przede wszystkim z kukurydzy, fasoli, pestek dyni, pomidorów, cebuli i czosnku. Meksykanie nie przestrzegają stałych godzin posiłków, lubią natomiast wspólne biesiadowanie w gronie rodziny i przyjaciół. Spotkania takie zazwyczaj organizowane są na powietrzu, a jedzenie przyrządza się na bieżąco przy palenisku.

Dla przeciętnego Europejczyka kuchnia meksykańska jest za pikantna i wszystkie chili wydają się mieć, jednakowy, ostry smak. Tymczasem Meksykanie rozróżniają stopnie ostrości poszczególnych odmian (ponad sto) papryki. Najczęściej wykorzystywane są, suszone, marynowane lub surowe dodawane do potraw – chili, jalapeno, cayenne i serrano.

Kucharze meksykańscy wykorzystują przyprawy i składniki, które nie są powszechnie znane. Na przykład: *annato*, płynny ekstrakt z nasion drzewa tropikalnego, mięsiste pędy opuncji, czy też *palmito*, rdzeń młodej palmy. Natomiast, znane jeszcze Aztekom, kakao czy wanilię można bez kłopotu kupić na całym świecie. Wanilii przypisywali wzmacniający wpływ na serce, miała też zapewnić siłę i zdrowie, zaś kakao Indianie uważali za doskonały napój pobudzający i regenerujący.

Tortille, najpopularniejsze danie meksykańskie, sprzedawane są na rogu niemal każdej ulicy. Płaskie, niewyrośnięte placki z mąki pszennej lub kukurydzianej, wypełnione są farszem. Nadzienie jest bardzo różnorodne, tak naprawdę kucharze wrzucają tam to, co mają pod ręką – fasolę, kukurydzę, mięso, krewetki. Kawałki tortilli można spotkać nawet w zupie, podawane są także smażone z jajkami i pomidorami. Do tortilli, tak jak do niemal każdej potrawy meksykańskiej, podawany jest sos. Najbardziej znany – *salsa mexicana*, to ostry sos z pomidorów, cebuli, papryki i czosnku. Łagodniejszą odmianą jest *salsa verde*. Dużą popularnością cieszy się również sos *guacamole*, który przyrządza się miedzy innymi z awokado i czosnku. Natomiast w regionie Tobasco najchętniej używa się bardzo ostrego sosu pieprzowego.

Na półkach w meksykańskiej kuchni stoją przyprawy i składniki, które bardzo rzadko goszczą na europejskich stołach.



Meksykanie są zwolennikami mocnych smaków. Ostrą ucztę wieńczą bardzo słodkie desery. Ulubionymi smakołykami są torty, biszkopty, ciastka z kremem, a na specjalne okazje przygotowywane są banany w cieście lub pieczone kostki kremu w syropie sherry. Jednak te przysmaki na co dzień zastępują owoce – ananasy, papaje, mango, pomarańcze, limony, arbuzy czy banany. Do deserów podawana jest mocna kawa, soki owocowe i bardzo rzadko herbata, w której Meksykanie nie gustują.

Pomimo specyficznych walorów smakowych kuchnia meksykańska wkracza na inne kontynenty. Żadna jednak potrawa nie cieszy się taką popularnością, jaką zdobyła Tequila – narodowy trunek Meksyku. Produkuje się go z agawy, rośliny która kwitnie tylko raz. I to właśnie podczas kwitnienia należy ściąć zielone liście i dostać się do rdzenia. Nasycony sokiem rdzeń przez wiele godzin gotuje się w parze wodnej, a następnie miażdży i prasuje. Z poddanego fermentacji soku otrzymuje się *pulque* (miodową wodę), którą niegdyś Aztekowie używali do celów rytualnych. W XVIII w. Antonio de Cuervo założył plantację agawy i zaczął sprzedawać pierwsze destylowane wyroby. Tequila swój niepowtarzalny smak zawdzięcza leżakowaniu w dębowych beczkach. Meksykanie piją ten alkohol ze szczyptą soli oraz z sokiem limony, ale w innych krajach Tequila znana jest, jako składnik słynnego drinku Margarita. Również z agawy produkowane są *Pulque* – wino, które pije się z dodatkiem soków owocowych, oraz *Mescal*, ludowa wódka z południowego Meksyku.

FAJITAS Z WIEPRZOWINĄ

Składniki na 3 porcje:
6 placków tortille
35 dag polędwicy wieprzowej
duża cebula
duża, zielona papryka
sok z 2 limon
3 łyżki oliwy z oliwek do marynaty oraz olej do smażenia
Kminek, oregano, sól, pieprz, przyprawa fajitas mix

Polędwicę należy pokroić w cienkie paski, podobnie jak cebulę i zieloną paprykę, wcześniej oczyszczoną z nasion. Sok z limon trzeba roztrzepać z oliwą dodając oregano i kminek. Tak otrzymaną marynatą należy zalać mięso, przykryć i odstawić na godzinę. Potem, po osuszeniu kawałków mięsa, przyprawia się je solą i pieprzem i smaży na rozgrzanym oleju. Po około 5-8 minutach do mięsa należy dodać cebulę, paprykę oraz przyprawę fajitas mix i wszystko jeszcze smażyć, aż warzywa będą półmiękkie. Przygotowany farsz nakłada się na ciepłe tortille i zwija w rulon, jak naleśniki. Fajitas z wieprzowiną można podawać z sosem guacamole, salsą pomidorową lub kwaśną śmietaną.

Potrawy, na które podano przepisy serwowane są w restauracji Amigos, Al. Jerozolimskie 119, Warszawa.

o niebo większy zasięg

Idea jest pierwszym w Polsce operatorem telefonii komórkowej, który, dzięki współpracy z międzynarodowym operatorem telefonii satelitarnej Globalstar, udostępnia swoim Użytkownikom globalny satelitarny zasięg. Idea dociera teraz do miejsc, w których połączenia z telefonicznej sieci naziemnej lub z GSM były do tej pory niemożliwe.



ciągle nowe pomysły



0 800 123456 www.idea.pl

Będziesz **zaskoczony**
roamingiem **Idei na świecie**

Wystarczy, że przed wyjazdem za granicę nie zapomnisz dokonać aktywacji roamingu w sieci Idea. Dzięki 181 umowom roamingowym zawartym z operatorami z ponad 87 krajów całego świata będziesz mógł nadal swobodnie korzystać ze swojego telefonu.

Sprawdź, które kraje objęte są roamingiem Idei: Andora, Argentyna, Australia, Austria, Azerbejdżan, Bahrajn, Bangladesz, Belgia, Białoruś, Bośnia i Hercegowina, Brazylia, Bułgaria, Chiny, Chorwacja, Cypr, Czechy, Dania, Egipt, Estonia, Filipiny, Finlandia, Francja, Gibraltar, Grecja, Gruzja, Hiszpania, Holandia, Hongkong, Indie, Indonezja, Irlandia, Islandia, Izrael, Jordania, Jugosławia - Czarnogóra, Jugosławia - Serbia, Kambodża, Kanada, Katar, Kazachstan, Kirgistan, Kuwejt, Liban, Liechtenstein, Litwa, Luksemburg, Łotwa, Macedonia, Makau, Malezja, Malta, Maroko, Mauritius, Mołdawia, Monako, Namibia, Niemcy, Norwegia, Palestyna, Peru, Portugalia, Rosja, RPA, Rumunia, Senegal, Seszele, Singapur, Słowacja, Sri Lanka, Stany Zjednoczone, Szwajcaria, Szwecja, Tajlandia, Tajwan, Tanzania, Tunezja, Turcja, Ukraina, Węgry, Wielka Brytania, Włochy, Wybrzeże Kości Słoniowej, wyspa Guernsey, wyspa Jersey, Wyspy Owcze, Zimbabwe, Zjednoczone Emiraty Arabskie.



Ciągle nowe pomysły

www.idea.pl 0 800 123456